

DÉPARTEMENT DE COMMUNICATION

Faculté des lettres et sciences humaines
Université de Sherbrooke

MÉMOIRE
LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ÉLECTIONS GÉNÉRALES
PROVINCIALES QUÉBÉCOISES DE 2018 DANS LES RADIOS PARLÉES AU
QUÉBEC : ANALYSE COMPARATIVE

par
VÉRONIQUE FOREST

travail présenté à
MARIE-EVE CARIGNAN, directrice
FRANÇOIS YELLE, évaluateur interne
JASON LUCKERHOFF, évaluateur externe

dans le cadre de la maîtrise en communication

Sherbrooke
Novembre 2020

« [...] you need to be *creative*. There's a lot of art to social science. »

Saldana, 2009, p. 29

Remerciements

Lorsque j'ai pris la décision de poursuivre mes études supérieures à l'Université de Sherbrooke, j'étais loin de me douter que cela allait marquer un des moments les plus décisif de ma jeune vingtaine. Je me doutais encore moins de l'importance de toutes les personnes qui ont croisé mon chemin et qui ont contribué, sans toujours le savoir, à la réussite de ce mémoire.

Tout d'abord, merci à ma directrice, Marie-Eve Carignan, sans qui ce mémoire ne serait pas du tout le même. Merci d'avoir cru en moi, de m'avoir poussé à toujours donner le meilleur de moi-même et de m'avoir ouvert les portes sur ce bel univers qu'est la recherche universitaire. Je n'aurais pas pu rêver avoir de si belles opportunités pendant mon parcours aux cycles supérieurs. Je suis choyée d'avoir eu la chance de travailler à tes côtés pendant ces années.

Ensuite, merci à mes amis, Stéphanie Beaudoin et Jordan Marcil, qui m'ont accompagné dans ses longues journées et soirées de rédaction, qui ont écouté mes inquiétudes et qui ont été présents dans tous les petits comme les grands moments qui ont marqué mon parcours. Merci d'avoir été là quand ça comptait vraiment et de l'être encore aujourd'hui. Vous occupez une place unique dans mon cœur. Le plus sincèrement du monde, merci.

Mon passage au A-10 n'aurait certainement pas été le même sans mes précieuses amies et partenaires de bureau : Isabelle Bouchard et Karen Poulin. Merci pour les

conseils, pour les fous rires et pour les longues conversations qui font tant de bien. Vous êtes des femmes inspirantes.

Merci à tous mes proches qui m'ont constamment encouragé à poursuivre mes études, qui m'ont posé des questions sur l'avancement de mon mémoire, et qui n'ont jamais douté de la pertinence de ma démarche. Vous avez été, sans le savoir, une source de motivation incroyable.

Pour finir, je tiens à remercier particulièrement mon conjoint JérémY. Merci de m'avoir soutenu dans cette aventure. Tu ne peux pas savoir à quel point ta présence a été une source de réconfort et de motivation dans les moments plus difficiles. Merci d'avoir toujours été là. Merci de ne jamais douter de mes capacités et d'être mon plus grand fan. Je n'y serais pas arrivée si ça n'avait pas été de ton soutien indéfectible. Aucun mot ne peut témoigner de toute la gratitude que j'ai envers toi. Je n'aurais pu espérer avoir un meilleur partenaire à mes côtés. Avec tout mon amour, merci.

Sommaire

Les stations de radios de Québec ont souvent été critiquées en raison de leur style provocateur. Elles ont même été accusées par plusieurs experts de créer un climat nocif dans la région de Québec. Bien qu'il existe plusieurs types de radios parlées dans le paysage médiatique québécois, celles de la région de Québec ont particulièrement fait l'objet d'études approfondies. Nous avons donc décidée d'étudier les radios parlées de manière plus générale afin de souligner les similitudes et les différences dans leur couverture journalistique de l'actualité québécoise.

Ce mémoire s'intéresse plus particulièrement à la couverture médiatique des élections générales provinciales québécoises de 2018 dans quatre émissions de radios parlées diffusées à Montréal, Québec, Saguenay et Sherbrooke. À l'aide d'une méthode inductive basée sur la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE), nous avons pu enraciner nos résultats dans les données récoltées pendant la campagne électorale. Notre analyse inductive a fait ressortir six catégories : couverture journalistique des chefs, des principaux partis, des enjeux, des débats, des sondages, et couverture médiatique de la campagne. Celles-ci nous ont permis d'analyser le contenu de la couverture des élections dans les émissions de notre corpus.

Les conclusions de notre recherche permettent de mieux comprendre les différents thèmes abordés dans les radios et le traitement de l'information qui en est fait. Ainsi, notre analyse nous a permis de constater que la couverture qui a été réalisée est caractérisée par du journalisme d'opinion plutôt que du journalisme d'information et est ancrée dans le

paradigme du journalisme de communication développé par Charron et de Bonville (1996). De plus, nous avons noté l'absence de couverture régionale dans l'émission diffusée à Montréal contredisant ainsi le concept de la montréalisation de l'information (Corriveau & Sirois, 2000). Toutefois, la couverture des enjeux régionaux était présente dans toutes les autres émissions du corpus diffusées à l'extérieur de Montréal. Pour finir, les intervenants des émissions ont mis l'accent sur les chefs des principaux partis plutôt que sur les enjeux de la campagne, témoignant ainsi de la personnification de cette dernière (Bouthillier, 2010). Ce mémoire présente une nouvelle vision quant à la couverture faite par les radios parlées québécoises lors des élections générales provinciales québécoises. Il permet aussi d'infirmer et de confirmer les résultats de plusieurs chercheurs et de continuer la discussion sur le travail journalistique des animateurs de radios parlées au Québec.

Mots-clés : radio parlée, élection générale provinciale québécoise, couverture médiatique, méthodologie de la théorisation enracinée, journalisme d'opinion.

Table des matières

<i>Remerciements</i>	<i>II</i>
<i>Sommaire</i>	<i>IV</i>
<i>Liste des tableaux</i>	<i>IX</i>
<i>Introduction</i>	<i>1</i>
1. Cadre contextuel	4
1.1 Les radios parlées au Québec.....	4
1.2 Encadrement de la radiodiffusion au Québec et au Canada	11
1.3 Portrait d'études existantes à propos de la radio parlée au Québec	15
1.4 Contexte des élections générales provinciales québécoises de 2018.....	19
1.5 Pertinence sociale de la recherche	21
2. Problématique	25
2.1 Objet de recherche	25
2.2 Pertinence scientifique de la recherche	26
2.3 Objectifs de recherche	26
2.4 Concepts sensibilisateurs	27
2.4.1 Radiodiffuseur public, radiodiffuseur privé et radios parlées	28
2.4.2 Approche journalistique : le journalisme d'opinion	31
2.5 La radio parlée et ses formats connexes.....	34
2.5.1 Origines et transformation de la radio parlée aux États-Unis et au Canada....	34
2.5.2 La radio parlée au Québec.....	37
3. Démarche méthodologique	39
3.1 Explication du choix méthodologique de la recherche	40
3.2 La MTE en tant que méthode	42
3.3 Corpus	48
3.4 Démarche	51
3.5 Limites des choix méthodologiques	55
4. Présentation des résultats	57
4.1 Présentation des résultats pour l'émission <i>Bouchard en parle</i>	58

4.1.1 Couverture journalistique des chefs	58
4.1.2 Couverture journalistique des principaux partis	64
4.1.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne	64
4.1.4 Couverture journalistique des débats	69
4.1.5 Couverture journalistique des sondages	69
4.1.6 Couverture médiatique de la campagne	70
4.2 Présentation des résultats pour l'émission <i>Gravel le matin</i>	73
4.2.1 Couverture journalistique des chefs	73
4.2.2 Couverture journalistique des principaux partis	78
4.2.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne	78
4.2.4 Couverture journalistique des débats	81
4.2.5 Couverture journalistique des sondages	82
4.3 Présentation des résultats pour l'émission <i>Le Show du matin</i>	83
4.3.1 Couverture journalistique des chefs	83
4.3.2 Couverture journalistique des principaux partis	89
4.3.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne	90
4.3.4 Couverture journalistique des débats	93
4.3.5 Couverture journalistique des sondages	93
4.3.6 Couverture médiatique de la campagne	94
4.4 Présentation des résultats pour l'émission <i>Que l'Estrie se lève</i>	95
4.4.1 Couverture journalistique des chefs	96
4.4.2 Couverture journalistique des principaux partis	100
4.4.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne	100
4.4.4 Couverture journalistique des débats	101
4.4.5 Couverture journalistique des sondages	102
4.4.6 Couverture médiatique de la campagne	102
4.5 Analyse globale des résultats	104
5. Discussion	107
5.1 Journalisme d'opinion teinté de journalisme d'information	109
5.2 Le paradigme du journalisme de communication	113

5.3 Régionalisation de l'information	115
5.4 Personnification de la couverture	116
<i>Conclusion.....</i>	<i>120</i>
<i>Références.....</i>	<i>124</i>
<i>ANNEXE I.....</i>	<i>136</i>
<i>ANNEXE II</i>	<i>139</i>
<i>ANNEXE III.....</i>	<i>142</i>
<i>ANNEXE IV.....</i>	<i>145</i>

Liste des tableaux

TABEAU 1 — PART DU MARCHÉ EN % PAR RÉGION ET PAR STATION DE RADIO (NUMERIS, 2018A, 2018B)	22
TABEAU 2 — ÉMISSIONS DE RADIO PARLÉE QUÉBÉCOISES QUI CONSTITUENT LE CORPUS DE LA RECHERCHE	50
TABEAU 3 – DIFFICULTÉS DE LA MTE ET SOLUTIONS (SOURCE : CATY & HÉBERT, 2009)	55
TABEAU 4 — SYNTHÈSE DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES CHEFS » DANS L'ÉMISSION <i>BOUCHARD EN PARLE</i>	59
TABEAU 5 — SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES ENJEUX DE LA CAMPAGNE » DANS L'ÉMISSION <i>BOUCHARD EN PARLE</i>	65
TABEAU 6 — SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE MÉDIATIQUE DE LA CAMPAGNE » DANS L'ÉMISSION <i>BOUCHARD EN PARLE</i>	71
TABEAU 7 — SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES CHEFS » DANS L'ÉMISSION <i>GRAVEL LE MATIN</i>	74
TABEAU 8 - SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES ENJEUX DE LA CAMPAGNE » DANS L'ÉMISSION <i>GRAVEL LE MATIN</i>	79
TABEAU 9 — SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES CHEFS » DANS L'ÉMISSION <i>LE SHOW DU MATIN</i>	84
TABEAU 10 — SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES ENJEUX DE LA CAMPAGNE » DANS L'ÉMISSION <i>LE SHOW DU MATIN</i>	90
TABEAU 11 — SYNTHÈSE DU CONTENU DE LA CATÉGORIE « COUVERTURE JOURNALISTIQUE DES CHEFS » DANS L'ÉMISSION <i>QUE L'ESTRIE SE LÈVE</i>	96
TABEAU 12 – MODÉLISATION DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES ÉLECTIONS GÉNÉRALES PROVINCIALES QUÉBÉCOISES DE 2018 DANS QUATRE ÉMISSIONS DE RADIO PARLÉES DIFFUSÉES À MONTRÉAL, QUÉBEC, SAGUENAY ET SHERBROOKE	108

Introduction

« I won't stop until everyone agrees with me. »
Rush Limbaugh

À la suite de la publication du rapport Payette intitulé *L'information à Québec : un enjeu capital* (Payette, 2015) portant sur l'information dans la ville de Québec, plusieurs personnes se sont indignées de certains commentaires et des conclusions de l'auteure, notamment lorsqu'elle explique que les radios de la région de Québec installent, par leurs propos virulents, un « climat de peur » (Payette, 2015, p. 22). De nombreux commentateurs ont pris la parole dans les médias pour dénoncer le rapport, d'autant plus qu'il avait été demandé par le gouvernement péquiste de Pauline Marois et que Dominique Payette était une ancienne candidate aux élections de 2014 pour ce parti. Nécessairement, sa crédibilité a été remise en question dans cette saga qui frôlait le conflit d'intérêts selon plusieurs (Jodoin, 2015; Samson, 2015). Néanmoins, son rapport soulève des questions légitimes à propos de l'influence des radios de confrontation de Québec dans l'espace public. En effet, ce n'est pas d'hier que celles-ci, connues pour leur style provocateur, font l'objet de recherches universitaires. Le Conseil de presse du Québec (CPQ) a d'ailleurs recommandé, bien avant la publication du rapport Payette, la tenue d'une consultation publique afin de réfléchir au rôle des radios de confrontation au Québec (Boily, 2010). Dans un désir de mieux comprendre la façon dont le contenu des radios parlées est

construit, nous avons décidé d'étudier leurs discours dans le cadre des élections générales provinciales québécoises de 2018. Le contexte électoral nous a permis d'analyser les émissions à partir d'un même évènement. Ainsi, nous avons fait ressortir les sujets et les thèmes traités dans chacune des émissions afin d'établir les similitudes et les différences dans le traitement des nouvelles.

Dans le premier chapitre du mémoire, nous explicitons le cadre contextuel dans lequel notre recherche s'inscrit. Nous réalisons un retour sur les événements marquants de la radio parlée au Québec et résumons quelques recherches québécoises concernant le sujet. Nous explicitons aussi le contexte des élections générales provinciales québécoises de 2018 et l'encadrement de la radiodiffusion au Québec. Pour finir, nous précisons la pertinence sociale de la recherche.

Dans le deuxième chapitre du mémoire, nous définissons l'objet de notre recherche ainsi que sa pertinence scientifique. Étant donné que notre mémoire s'inscrit dans une approche inductive, nous ne développons pas de cadre théorique dans cette partie. Nous allons plus en profondeur sur nos objectifs et mettons en lumière nos concepts sensibilisateurs.

Dans le troisième chapitre, il est question de notre démarche méthodologique. Ainsi, nous explicitons pourquoi nous avons décidé d'emprunter une approche inductive, et nous expliquons notre démarche. En raison de la nature inductive du projet, nous précisons aussi notre cheminement réflexif.

Dans le quatrième chapitre, nous présentons les résultats de notre recherche. Cette partie met en lumière les similitudes et les différences entre les quatre émissions analysées. Nos résultats dressent le portrait des principaux sujets qui ont été discutés pendant la campagne électorale provinciale dans les émissions de radio parlée au Québec en 2018. Notre analyse révèle une approche journalistique commune. En ce sens, la couverture est caractérisée par du journalisme d'opinion. Elle est d'ailleurs axée sur les chefs plutôt que sur les enjeux de la campagne. Il est aussi intéressant de noter que les radios à l'extérieur de Montréal accordent une importance aux enjeux régionaux de la campagne, alors que dans la métropole, les intervenants proposent plutôt une couverture nationale.

Dans le cinquième chapitre, nous discutons de nos résultats afin de les remettre en contexte. Nous présentons ainsi nos principales conclusions. Nous explicitons dans quelles mesures la couverture journalistique a été caractérisée par du journalisme d'opinion et en quoi cela s'inscrit dans le paradigme du journalisme de communication (Charron & de Bonville, 1996). Nous revenons aussi sur l'angle régional et national choisi par les différentes émissions de radio. Pour finir, nous soulignons que la couverture journalistique a été axée sur les chefs des principaux partis plutôt que sur les enjeux de la campagne.

1. Cadre contextuel

Dans ce chapitre, nous expliquons la pertinence sociale de notre mémoire et les raisons qui nous ont poussée à choisir d'analyser la couverture médiatique des élections générales provinciales québécoises de 2018 dans les radios parlées au Québec.

1.1 Les radios parlées au Québec

Plusieurs discussions entourant les radios parlées québécoises ont eu lieu depuis le début des années 2000. Il est important de retracer celles qui ont été largement couvertes dans les médias, et qui ont, chacune à leur façon, alimenté notre questionnement sur le rôle des radios parlées au Québec. La première controverse que nous abordons est celle entourant l'animateur Jeff Fillion qui a culminé par le refus du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de renouveler la licence de la station CHOI-FM de Québec en 2004. Le CRTC a donné comme raison, entre autres, l'augmentation des plaintes à l'endroit de l'animateur et ses propos provocateurs. Une campagne pour la liberté d'expression a parallèlement commencé avec le slogan « Liberté je crie ton nom partout! ». Jouant sur l'interprétation de la notion de liberté d'expression, le propriétaire de la station, *Genex Communications*, a défendu sa cause à la Cour d'appel fédérale, mais a perdu devant le tribunal en 2004 (Lemieux, 2012, p. 3). Cependant, en 2006, *Genex Communications* a vendu la station à *Radio Nord Communications*, avec l'accord du CRTC. Ainsi, avec cette transaction, le permis de diffusion, qui était alors

suspendu puisque la cause était en appel devant la Cour suprême du Canada, était valide pour le nouveau propriétaire. La station CHOI-FM a donc repris du service, mais sous une nouvelle bannière et sans l'animateur Jeff Fillion (Le Devoir, 2006). Durant la même période, ce dernier et *Genex Communications* faisaient aussi face à une poursuite de la part de Sophie Chiasson, présentatrice météorologique, pour atteinte à la réputation et au droit à la vie privée. Cette dernière a gagné devant la Cour supérieure du Québec et *Genex Communications* a dû lui verser 340 000 \$ (Lemieux, 2012, p. 4). Les médias québécois ont beaucoup parlé de cette saga judiciaire en soulevant des questionnements entourant la liberté d'expression et ses limites (Chouinard, 2005).

Le style injurieux et grossier de certains animateurs de la radio de Québec, qui vogue entre le divertissement et l'information, a fait l'objet de plusieurs plaintes au CPQ, qui s'inquiétait déjà de cette situation en 1998 en raison de la confusion de genres présente dans les émissions (Villeneuve, 2004, p. 29). En 2010, le CPQ, par l'entremise de son secrétaire général de l'époque, Guy Amyot, explique qu'il souhaite tenir une consultation publique concernant les règles d'éthique de la radio parlée. En effet, le CPQ est préoccupé par les dérapages et se questionne sur les limites de la liberté d'expression (Boily, 2010). Dans une décision concernant une plainte de Françoise David, membre du parti Québec solidaire (QS), contre Sylvain Bouchard de l'émission *Bouchard en parle* en 2009¹, le CPQ se pose des questions sur le style et les méthodes empruntées par les radios d'opinion.

¹ David reprochait à l'animateur « d'avoir tenu des propos méprisants, offensants et diffamatoires à son endroit et, plus largement, à l'endroit des femmes lors de l'émission "Bouchard en parle" du 26 janvier 2009. » (Acosta, 2010) La plainte a été rejetée par le CPQ. Il a jugé que la liberté d'expression permettait à l'animateur de tenir ces propos. Cependant, le tribunal d'honneur a adressé des mises en garde éthiques à ce dernier.

Le conseil souligne l'écart important qui sépare les règles minimales des guides de déontologie et les plus hauts standards de la pratique journalistique. Il précise que cette distance peut laisser « chez le public une impression d'inconfort, comme si la liberté de presse devenait la valeur prédominante, au-dessus de tous les droits » (Acosta, 2010). Il évoque donc l'urgence de tenir un forum de discussion sur les radios d'opinion.

Par la suite, les plaintes concernant les radios parlées continuent de se multiplier. Par exemple, à la suite de celle du Lieu d'Actions et de Services Travaillant dans l'Unité avec les Sans Emploi du Saguenay et du Mouvement Action Chômage du Lac-Saint-Jean, le CPQ retient le grief « pour propos méprisants et discriminatoires et pour atteinte à la dignité humaine » (Conseil de presse du Québec, 2012) et blâme sévèrement les animateurs de la station *KYK Radio X-Saguenay 95,7 FM*. Dans sa décision, le CPQ écrit :

Puisqu'il ne s'agit pas de la première offense des mis en cause en cette matière et considérant la gravité de la faute, le Conseil croit qu'il est impératif d'intervenir auprès du CRTC pour lui demander de prendre les moyens appropriés pour interrompre dans les plus brefs délais la diffusion de tels propos. La détention d'un permis de radiodiffusion ne constitue pas un droit, mais un privilège conditionné notamment par le respect par le titulaire des droits fondamentaux des personnes. (Conseil de presse du Québec, 2012)

Le CPQ s'inquiète donc depuis longtemps des dérapages des radios parlées au Québec et continue de les blâmer dans ses décisions, malgré le fait qu'elles soient souvent ignorées par les stations de radio visées.

En 2015, à la suite d'un mandat reçu par le gouvernement péquiste de Pauline Marois (2012-2014), Dominique Payette publie un rapport intitulé *L'information à Québec : un enjeu capital*. Ayant pour but d'étudier l'offre d'information dans la région

de Québec, celui-ci a rapidement soulevé une controverse. Ancienne candidate du Parti Québécois et professeure titulaire à l'Université Laval, Mme Payette a reçu le mandat de la part de l'ancien parti pour lequel elle avait fait campagne. C'est donc sur un fond de conflit d'intérêts potentiel que se sont installées les discussions entourant la publication dudit rapport. Plusieurs politiciens, notamment le chef de la Coalition Avenir Québec (CAQ) François Legault, se sont indignés de certains propos tenus par Payette. En effet, celle-ci avançait, au terme de ses recherches, que les radios de Québec contribuaient à l'installation d'un « régime de peur » (Payette, 2015, p. 22). Plusieurs commentateurs (Boisvert, 2015; Durocher, 2015; Jodoin, 2015) et plusieurs personnalités politiques ont fortement critiqué son contenu, allant jusqu'à dire que l'Université Laval perdait de la crédibilité en étant affiliée avec la chercheuse (Gagnon, 2015).

Le rapport avait pour but d'évaluer l'information dans une région précise du Québec, d'offrir une réflexion à propos de l'influence des médias sur la population et d'ouvrir la porte vers des recommandations pour le gouvernement (Payette, 2015, p. 6). La problématique qui y est présentée est celle de l'influence des radios de Québec sur la population et de l'omniprésence de l'*infotainment* dans les émissions de radios d'opinion. Ainsi, l'auteure a décidé d'étudier le contenu de huit émissions de radio, diffusées sur trois stations, afin de mieux comprendre le contenu véhiculé par ces médias en ce qui a trait à des partis politiques provinciaux (Payette, 2015, p. 38). Les résultats ont révélé que le petit nombre de sujets traités a pu faire en sorte de créer un effet de redondance notable pour les auditeurs. De surcroît, l'appui aux partis était différent (en matière de connotation et de type de contenus), et ce, pour les trois stations. Finalement, l'auteure conclut que le

phénomène du *narrowcasting*, c'est-à-dire une « diffusion étroite, ou ciblée, où l'information est présentée de manière orientée, unilatérale, répétitive et commentée abondamment » (Payette, 2015, p. 13), influence les positions gouvernementales, en raison du poids médiatique des radios de Québec dans l'espace public (Payette, 2015, p. 48). L'auteure est d'avis que cette situation peut devenir nuisible à la démocratie. Pour remédier à celle-ci, elle propose, entre autres, que le CPQ puisse avoir un pouvoir de sanction sous forme d'amendes et que les médias communautaires soient mieux financés par l'État² (Payette, 2015, p. 49). La publication du rapport a soulevé plusieurs questions notamment sur l'effet que peuvent avoir des radios de confrontation sur le climat social d'un lieu donné. À la suite de cette lecture, nous nous sommes demandée si des études avaient été réalisées à propos des autres radios parlées au Québec. La perception que nous avions de la couverture médiatique de ce sujet nous donnait l'impression que la radio de Québec était plus scrutée que les autres.

Parallèlement, en 2017, les questions sur les radios de confrontation et les limites de leur liberté d'expression sont revenues à la une à la suite de la fusillade au Centre culturel islamique de Québec (Grondin, 2017). En effet, Michel Juneau-Katsuya, un expert reconnu dans les domaines de l'espionnage, du contre-espionnage et du terrorisme, a été appelé à se prononcer sur le drame et a affirmé sur les ondes de Radio-Canada que : « certains animateurs de radio de la région de Québec ont du sang sur les mains »

² Dans un rapport intitulé *L'information au Québec : un intérêt public* publié en 2010, Dominique Payette avait aussi fait ces recommandations au gouvernement de l'époque afin d'améliorer la situation de l'information au Québec (Payette, 2010). Ces deux mesures faisaient partie d'un ensemble de 51 recommandations qu'elle avait alors formulées.

(Grondin, 2017). Évidemment, ces propos ont rapidement été relayés sur plusieurs médias et plateformes numériques, et ont soulevé les passions. Plusieurs commentateurs publics, politiciens et personnalités influentes se sont donc questionnés sur les effets des radios de confrontation sur la population de Québec (Montpetit, 2017). Certains animateurs de radio en ont aussi parlé en ondes. Sylvain Bouchard, animateur pour l'émission matinale du FM93, qui fait partie du corpus de la présente recherche, a même fait un mea culpa. Il a admis qu'il n'aurait pas dû parler aussi négativement des musulmans, parce que « [l]es musulmans d'ici sont pacifistes » (Lessard, 2017). Ce à quoi il a ajouté avoir constaté que les répertoires téléphoniques de ses recherchistes n'avaient pas les coordonnées des leaders de la communauté musulmane de la région de Québec. Il a donc expliqué qu'une telle erreur ne se reproduirait plus. La fusillade et la controverse qui s'en est suivie ont certainement créé une onde de choc dans le milieu radiophonique (Lessard, 2017). Mohamed Ali Saïdane, un des leaders de la communauté musulmane de Québec, a avancé que les propos et les événements méprisant sa communauté étaient très présents dans la région de Québec. Selon lui, une « atmosphère sournoise » existe à Québec (Lessard, 2017). Chose certaine, la fusillade a rouvert, encore une fois, le débat entourant la liberté de parole et les limites de celle-ci.

En 2019, Payette publie un livre sur les radios de la région de Québec. Cette réflexion se veut le prolongement des événements qui ont suivi la publication de son rapport en 2015. Sous forme d'essai, elle décrit les effets des propos tenus dans les radios de confrontation sur les individus et les groupes qui ont été ciblés par les animateurs des nombreuses émissions (Payette, 2019, p. 12). Elle explique donc que les propos négatifs

tenus à répétition finissent par inciter la population à poser des gestes haineux (Payette, 2019, p. 75). Elle met d'ailleurs en lumière l'unicité de la région de Québec. Elle donne comme exemple les manifestations contre le transport en commun. Elle souligne alors que plusieurs gestes de désobéissance civile ont ciblé le transport collectif dans la région de Québec, tel que l'obstruction volontaire de voies réservées aux autobus par des automobilistes (Payette, 2019). Elle s'étonne que les citoyens puissent s'opposer à un tel type de service. D'après son analyse, il s'agit d'un phénomène unique au monde (Payette, 2019, p. 69). Elle y voit une influence des radios de confrontation qui s'opposent fréquemment aux nouveaux projets de transports en commun et vantent la voiture individuelle. Pour continuer, elle fait la démonstration des discours très négatifs tenus par certains animateurs à l'endroit des femmes et des féministes, des environmentalistes, des pauvres et des Autochtones. Elle explique que ces groupes, plus particulièrement, mais pas exclusivement, font souvent l'objet de critiques négatives répétées sur les ondes. Son essai se veut donc une réflexion basée sur son expérience professionnelle et appuyée par des exemples concrets. Elle met, une fois de plus, en garde contre le climat de peur installé, selon elle, par les radios de confrontation et ses effets néfastes sur la société entière, y compris sur la démocratie.

Ces événements ont donc contribué à notre intérêt de faire une recherche à propos de la radio parlée. Ce qui a particulièrement piqué notre curiosité est le fait que ce sont presque exclusivement les radios privées de Québec qui ont été pointées du doigt dans les situations que nous avons évoquées alors que le style d'animation des radios parlées n'est pas exclusif à cette ville. Nous avons donc voulu pousser les recherches plus loin afin

d'observer ce qui se passait dans d'autres stations radiophoniques au Québec et ainsi mieux comprendre comment les nouvelles étaient traitées d'une station à l'autre.

1.2 Encadrement de la radiodiffusion au Québec et au Canada

Il est important de décortiquer le cadre législatif et les différents organismes qui régulent et encadrent la radiodiffusion canadienne afin de mieux comprendre dans quel contexte s'inscrit notre objet d'étude. Comme nous l'avons rapidement abordé dans la partie 1.1, le CRTC est l'organisme qui octroie les licences de diffusion des stations de radio et s'assure que leur contenu est conforme aux différentes exigences et lois (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2008b). Le CRTC est un tribunal administratif et a donc des pouvoirs de sanction envers les diffuseurs. Dans le cadre d'une élection, le contenu diffusé par les stations de radio est encadré par des directives claires. À ce sujet, le CRTC explique que :

Pendant une élection, les télédiffuseurs jouent un rôle important à l'égard de l'information que les Canadiens reçoivent sur les enjeux, les partis politiques et les candidats. Les radiodiffuseurs répondent aux besoins des Canadiens en s'assurant que les citoyens puissent faire un choix éclairé le jour des élections. (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2018)

Les diffuseurs sont donc soumis à des lois et des règlements divers sur, entre autres, la variété des opinions diffusées, le temps consacré aux différents partis et la couverture équitable entre les partis. Ces mesures sont mises en place dans le but de respecter le droit du public à une information variée, éclairée et juste afin que les citoyens puissent exercer leur droit de vote dans les meilleures conditions possible (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2018). Le CRTC peut donc refuser de renouveler la

licence d'une station qui ne respecte pas les lois, comme cela a été le cas pour CHOI-FM en 2004.

Au-delà des lois appliquées par le CRTC, les radiodiffuseurs québécois sont aussi encadrés par d'autres organismes, tels que le CPQ, le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) ainsi que l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR). La différence entre ces organismes et le CRTC est que ce dernier a l'obligation d'appliquer des sanctions aux diffuseurs qui ne respectent pas les lois et les politiques canadiennes de radiodiffusion. Les autres organismes (CPQ, CCNR, ACR) n'ont pas de pouvoir de sanction (Conseil canadien des normes de la radiotélévision, n.d.— a). Le CPQ est un tribunal d'honneur et est formé d'entreprises de presse, de journalistes ainsi que de membres du public. Il reçoit et analyse les plaintes du public et émet des avis et des décisions concernant le travail des médias. L'organisme privé à but non lucratif place la liberté de presse et le droit au public à une information de qualité au cœur de ses préoccupations (Conseil de presse du Québec, n.d.— b). Il a souvent mis en garde le public contre les dérapages de certaines stations de radio parlées et émis plusieurs blâmes à leur endroit³. L'ACR, quant à elle, agit à titre de porte-parole des radiodiffuseurs privés au Canada. Elle a comme objectif de « défendre et [de] promouvoir les intérêts des radiodiffuseurs privés du Canada au sein de la structure sociale, culturelle et économique du pays » (Association canadienne des radiodiffuseurs, n.d.— b). L'ACR est composée uniquement de membres de l'industrie et contribue à défendre les intérêts des

³ Voir la section 1.1 Les radios parlées au Québec pour plus de détails concernant les blâmes.

radiodiffuseurs en faisant du lobbying et en participant aux différentes consultations du CRTC lorsque nécessaire (Association canadienne des radiodiffuseurs, n.d.— b).

Finalement, le CCNR est un organisme d'autorégulation volontaire qui a été créé par des radiodiffuseurs privés au Canada. Il reçoit les plaintes des citoyens concernant le contenu diffusé par ses membres et rend des décisions morales⁴. Il se penche sur des sujets tels que : « la déontologie, la violence à la télévision, la représentation équitable, la déontologie journalistique, et la propriété mixte » (Conseil canadien des normes de la radiotélévision, n.d.— a). Le financement de cet organisme est assuré par l'ACR, bien qu'il ne soit pas dépendant de cette dernière (Conseil canadien des normes de la radiotélévision, n.d.— a). Le CCRN est composé de comités décideurs qui se penchent sur l'analyse des plaintes. Ceux-ci regroupent des membres de l'industrie, ainsi que des membres du grand public (Conseil canadien des normes de la radiotélévision, n.d.— b). Selon leur rapport d'activités 2017-2018, sur les 1495 plaintes traitées, 528 concernaient directement des émissions de radio traditionnelle (Conseil canadien des normes de la radiotélévision, 2018b, p. 7), dont 185 à propos des diffuseurs du Québec (p. 8). Dans son analyse, le CCRN divise les plaintes reçues par genre, une émission pouvant appartenir à plus d'une catégorie. Ainsi, en 2017-2018, les catégories d'émissions ayant fait le plus l'objet de plaintes ont été les tribunes libres/débats et les échanges libres (Conseil canadien des normes de la radiotélévision, 2018, p. 11). Le CCNR a souvent examiné des plaintes concernant le travail de certains animateurs de radio, que ce soit pour des propos

⁴ À la différence du CPQ qui reçoit les plaintes à propos de tous les médias d'information québécois, qu'ils adhèrent ou non à l'organisation.

offensants ou des informations inexactes. Il a blâmé à plusieurs reprises des émissions diffusées sur les ondes des radios de Québec, notamment CHOI-FM, pour leurs propos offensants (CCNR, 2015, 2016, 2018). Le CCNR a jugé que CHOI-FM ne respectait pas le code de déontologie de l'ACR⁵. D'ailleurs, il a précisé en 2015, dans une décision rendue à l'endroit de l'émission *Le Show du matin* (Radio X, Québec), que cette station a été blâmée à trois reprises pour son langage grossier (CCNR, 2015). Cependant, ces décisions ont été critiquées par plusieurs personnes en raison de l'absence de conséquence qui en découlent. Par exemple, dans le blâme contre un animateur qui disait que les cyclistes méritaient « qu'un char [leur] passe dessus » (CCNR, 2015), le CCNR a déterminé que cette phrase était « un excès de langage qui traduit un trop-plein de frustration face [...] au manque de civisme de certains cyclistes » (CCNR, 2015), malgré les 145 plaintes reçues. Certaines personnes ont jugé ce blâme pour langage grossier insuffisant en regard de la faute (Shiab, 2017). D'ailleurs, Shiab (2017) explique que la très grande majorité des plaintes reçues par le CCNR ne sont pas examinées et que très peu se soldent par une décision en défaveur des stations. Le laxisme du CCNR pose donc des questions quant à son impartialité et à sa capacité à rendre des décisions justes selon Payette (2019).

Finalement, les radiodiffuseurs sont encadrés autant par un cadre législatif coercitif que par des tribunaux d'honneur sans pouvoir de sanction, mais avec une autorité morale.

⁵ Il est intéressant de noter que plusieurs codes de déontologie régissent les pratiques des radiodiffuseurs. En plus du code de l'ACR, le CPQ a son propre code de déontologie (Conseil de presse du Québec, 2015), tout comme la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (Fédération professionnelle des journalistes du Québec, n.d.) et plusieurs médias ont le leur. Les journalistes doivent donc choisir le code auquel ils adhèrent parmi la multitude qui leur est offerte.

Cependant, certains sont plus ou moins reconnus par les différents diffuseurs, ce qui peut faire en sorte de créer de la confusion pour les citoyens lorsque vient le temps de déposer une plainte. Par exemple, les médias de Québecor ne reconnaissent pas l'autorité du CPQ et s'opposent à ce que celui-ci rende des décisions sur ses activités (Perron, 2018)⁶. Néanmoins, toutes ces structures contribuent à ce que les radiodiffuseurs respectent le droit des citoyens à une information de qualité. Ces différents organismes s'assurent que les codes de déontologie soient respectés et que les diffuseurs soient imputables des contenus qu'ils diffusent.

1.3 Portrait d'études existantes à propos de la radio parlée au Québec

Au Québec, quelques universitaires ont écrit à propos des radios parlées, plus particulièrement sur celles de la région de la Capitale-Nationale. Dans la prochaine partie, nous examinons trois textes qui en traitent. Le premier abordant plus précisément le cas de la radio de confrontation et les deux autres, le lien entre les radios et les élections.

Trois chercheurs québécois, Olivier Turbide, Diane Vincent et Marty Laforest, ont publié un article⁷ en 2008 dans lequel ils s'attardent à la question de la construction identitaire du groupe des X (les auditeurs de la station CHOI-FM) à travers le discours de l'animateur Jeff Fillion. Ils observent que l'articulation d'un mouvement affirmatif et d'un mouvement contrastif caractérise la construction de leur identité. Pour construire celle-ci, les auteurs expliquent qu'il y a deux étapes majeures : une positive, qui amène les gens à

⁶ Une poursuite est d'ailleurs en cours à cet effet (Perron, 2018).

⁷ Un livre sur le même sujet a aussi été publié, voir Vincent, Turbide, & Laforest, 2008.

vouloir s'identifier au groupe, et une deuxième négative, pour construire l'identité en opposition à d'autres individus, groupes ou idéologies (Turbide, Vincent, & Laforest, 2008, p. 87). Les auteurs identifient donc un mouvement affirmatif pour valider l'identité et un contrastif pour la définir indirectement, c'est-à-dire identifier ce qui les distingue d'un autre groupe d'auditeurs. Ainsi, ils décrivent cinq phénomènes discursifs qui définissent et confirment leur identité en l'opposant à celle des autres : la dénomination, la définition, la qualification, l'opposition ou l'association et la présentation de soi. Le phénomène de la dénomination explique comment sont nommés les X. La définition permet d'identifier leurs traits objectifs tels que leur sexe ou leur orientation sexuelle (masculin, féminin, hétérosexuelle, homosexuelle, etc.), par exemple. La qualification caractérise leurs traits subjectifs tels que leur capacité à être solidaire, direct ou encore « vrai ». L'opposition ou l'association établit les arguments entre les X et les autres. À titre d'exemple, un des arguments utilisé par Fillion est la construction d'un discours victimaire face aux attaques de Radio-Canada et des médias *mainstream* en général envers le groupe. Il affirme que ceux-ci tentent de discréditer leurs opinions à tout prix. Pour finir, la présentation de soi détermine la manière dont se présente l'animateur, c'est-à-dire le leader du groupe (Turbide & al., 2008, p. 94). Turbide et al. expliquent que l'identité des X varie dans le temps.

Ensuite, le lien entre l'écoute de la radio parlée et les choix politiques sur lequel nous réfléchissons nous a amenée à consulter deux articles écrits par des chercheurs québécois. Tout d'abord, Giroux et Sauvageau (2009) se sont intéressés à l'élection de Régis Labeaume à la mairie de Québec en 2007 et ont observé comment deux radios

parlées de la région (CHOI-FM et le 93,3 FM) ont couvert le sujet. Les auteurs déterminent que les deux stations n'ont pas respecté les consignes du CRTC ni les normes du Code de déontologie de l'ACR puisqu'elles n'ont pas couvert de manière équitable les candidats (Giroux & Sauvageau, 2009, p. 44). Ils notent que la couverture médiatique n'était peut-être pas déterminante dans l'issue de l'élection, mais qu'elle a certainement joué un rôle en raison des grandes cotes d'écoute (Giroux & Sauvageau, 2009, p. 45). Les auteurs mettent aussi en garde contre l'utilisation de la tribune radiophonique à des fins partisanses et « le décalage entre les règles et la pratique » dans la couverture des élections (Giroux & Sauvageau, 2009, p. 46).

Ensuite, un autre article scientifique concernant le lien entre élection et radio parlée au Québec, écrit par Durand, Dupuis et Racicot (2012), établit si l'écoute de la radio parlée contribue aux choix politiques des citoyens. Les auteurs ont d'abord évalué le profil sociopolitique des auditeurs de la radio parlée versus les auditeurs des autres types de radio au Québec. Ensuite, ils ont analysé leur participation au scrutin et ont comparé leur intention de vote en comparaison avec leur vote réel (Durand, Dupuis, & Racicot, 2012, p. 3). Les chercheurs ont conclu que les auditeurs de la radio d'information et parlée sont plus âgés, sont plus souvent des hommes et sont plus susceptibles d'être intéressés à la politique (Durand & *al.*, 2012, p. 7). De plus, ces derniers font moins confiance aux sondages. Toutefois, il n'y a pas de différence entre les groupes en ce qui a trait à la participation au scrutin bien que les auditeurs de la radio parlée soient ceux qui avaient le moins changé d'avis dans leurs intentions et leurs votes réels (Durand & *al.*, 2012, p. 7). Dans leur texte, les auteurs présentent aussi les résultats d'autres études dans le même

domaine, dont ceux de Mendelsohn et Nadeau (1996) à propos de l'écoute des médias et des clivages sociodémographiques. Ces auteurs ont réussi à établir un lien entre l'écoute des médias grand public et la convergence des points de vue à propos de certains enjeux nationaux canadiens. Ainsi, ils démontrent que l'écoute des médias grand public atténue les clivages sociodémographiques alors que l'écoute des médias spécialisés les accentue (Durand, Dupuis, & Racicot, 2012, p. 2).

Ce rapide coup d'œil sur la recherche à propos des radios parlées au Québec a permis d'ouvrir nos horizons vers le lien entre radios parlées et élections. Les recherches que nous avons répertoriées⁸ ne semblent pas se pencher sur les stations hors de la ville de Québec.

Les recherches menées dans un contexte électoral nous ont beaucoup inspirées et avec la tenue des élections générales provinciales québécoises de 2018, ce terrain s'annonçait très intéressant et pertinent pour notre analyse. En effet, il nous a permis de comparer le discours de plusieurs émissions de radio à propos du même événement et d'établir des similitudes et des différences dans la couverture journalistique. De plus, comme les stations de radios n'ont pas nécessairement des archives en ligne où l'intégralité de leurs émissions est retraçable, il était primordial de choisir un moment précis pour l'enregistrement de notre corpus. En effet, puisqu'il est très difficile d'accéder aux archives de certaines stations de radio, il fallait choisir un événement précis pour notre

⁸ Il est important de mentionner que la méthodologie que nous avons choisi d'emprunter ne suggère pas de faire une revue de la littérature exhaustive.

collecte de données. Ces contraintes d'ordre technique nous ont poussée à choisir la campagne électorale étant donné que celle-ci est fixe dans le temps.

1.4 Contexte des élections générales provinciales québécoises de 2018

Les élections au Québec se déroulent à date fixe depuis le 14 juin 2013 (Directeur général des élections, 2018). C'est pourquoi, le 1^{er} octobre 2018, à l'issue d'un mandat de quatre ans du gouvernement de Philippe Couillard, les Québécois et Québécoises ont été appelés aux urnes afin d'élire le prochain gouvernement. Quatre partis principaux présentaient des candidats soit : le Parti libéral du Québec (PLQ), la Coalition Avenir Québec (CAQ), le Parti québécois (PQ) et Québec solidaire (QS). Ces derniers avaient chacun un chef ou une représentante officielle dans les médias pour les différents débats télévisés, soit, en ordre : Philippe Couillard, François Legault, Jean-François Lisée et Manon Massé. Les médias prédisaient un déclenchement des élections le 29 août 2018, mais Philippe Couillard a décidé de les déclencher le 23 août 2018. La campagne électorale a donc duré 39 jours, soit la durée maximale prévue par la loi (Chouinard, 2018). Trois débats des chefs ont eu lieu : le 13 septembre en français (diffusé sur les ondes de Radio-Canada), le 17 septembre en anglais (sur les ondes de CBC-Radio-Canada) et le 20 septembre en français (sur les ondes de TVA). C'était la première fois depuis 1985 qu'un débat des chefs en anglais avait lieu dans le cadre d'élections générales provinciales québécoises (Ménard & Donahue, 2018).

Au terme de la campagne électorale, plusieurs sondages, dont celui de la firme Ipsos, prédisaient que la CAQ allait devenir le prochain gouvernement minoritaire, les Libéraux étant très près d'eux (Lessard, 2018). Le PQ perdait un peu de terrain alors que

QS se positionnait tout juste derrière lui avec 16 % des intentions de vote (Lessard, 2018). Finalement, ce qui s’annonçait être une lutte assez serrée s’est rapidement soldé par une victoire du parti de François Legault. Effectivement, très tôt, les différents analystes ont annoncé que la CAQ serait élue avec une majorité de sièges. Celle-ci a réussi à faire élire ses candidats dans 75 des 125 circonscriptions du Québec. Le PLQ a récolté 31 sièges, QS a récolté 10 sièges et le PQ en a récolté 10 après recomptage (Élections Québec, 2018).

Le résultat des élections est l’un des pires dans l’histoire du PQ et du PLQ. Pour le PLQ, c’était la deuxième pire performance depuis 1976 et l’ancien Premier ministre Philippe Couillard a d’ailleurs décidé de démissionner de son poste de chef de l’opposition en raison de ces résultats. Le PQ, de son côté, a vécu sa pire défaite depuis 1973 (Marceau, 2018), perdant du même coup son statut de parti reconnu à l’Assemblée nationale⁹. Leur chef, Jean-François Lisée, a été battu dans sa circonscription et a donc démissionné (Marceau, 2018). Les élections générales provinciales québécoises de 2018 ont donc été marquées par des défaites cuisantes pour des partis bien établis ainsi que par la victoire surprenante et écrasante d’un jeune parti. Cette campagne est intéressante à analyser, surtout en raison des sujets qui ont été largement couverts par les médias. En effet, l’immigration, la pénurie de main-d’œuvre, les transports et la santé ont été des enjeux importants de la campagne (Radio-Canada, 2018d) et quelques faits anecdotiques ont grandement attiré l’attention publique. Notamment, Philippe Couillard a déclaré qu’il était

⁹ Le 23 novembre 2018, à la suite d’une entente de principe, QS et le PQ ont reçu le statut de groupe parlementaire reconnu à l’Assemblée nationale. Ils ont donc obtenu un budget de fonctionnement de 1,6 million de dollars et plusieurs autres privilèges réservés à ce statut (Radio-Canada, 2018c).

possible de nourrir un adulte et deux adolescents avec 75 \$ par semaine (La Presse canadienne, 2018). Cette déclaration a fait couler beaucoup d'encre. Plusieurs groupes communautaires ont déploré ces propos et le peu de solutions présentées pour lutter contre la pauvreté au Québec (La Presse canadienne, 2018). D'ailleurs, les autres chefs ont tous dit que Couillard n'avait pas raison (J. Labbé, 2018). Le chef du PLQ a donc donné l'impression d'un chef bien nanti et déconnecté de la réalité des familles québécoises.

1.5 Pertinence sociale de la recherche

Les radios parlées sont encore écoutées par une importante portion de la population, et ce, malgré les changements dans l'industrie médiatique liés au développement d'internet et des réseaux sociaux. En effet, selon un document du Centre d'études sur les médias publié en 2019, et malgré une baisse des cotes d'écoute, « [l]es marges bénéficiaires de la radio commerciale ont toujours été supérieures à 13 % depuis 20 ans au Québec » (Giroux, 2019). Giroux explique que, pour 5 % des Canadiens de langue française, la radio est la principale source d'information qu'ils consultent (Giroux, 2019, p. 28). En ce qui concerne l'auditoire des radios au Québec, plusieurs rapports affirment que la radio parlée est principalement écoutée par les plus de 35 ans (Conseil des directeurs médias du Québec, 2016, p. 112; Giroux, 2019). Selon des données de 2014, les heures de grande écoute en semaine se situent avant et après les heures de travail, soit le matin et en fin d'après-midi (Conseil des directeurs médias du Québec, 2016, p. 112). Les auditeurs ont tendance à écouter la radio à la maison et dans le véhicule principalement (Conseil des directeurs médias du Québec, 2016, p. 113). Cette donnée est très intéressante pour notre recherche puisqu'elle permet de noter que l'écoute des auditeurs

est fragmentée du fait qu'ils sont en déplacement dans leur voiture (Saint Martin & Crozat, 2007, p. 258).

Il est aussi important d'observer les cotes d'écoute de la radio au Québec afin d'établir où se situe la radio parlée. Numeris étudie périodiquement les habitudes d'écoute et de consommation des différents auditoires. Chaque année, au printemps et à l'automne, un rapport à propos des cotes d'écoute des stations de radio à travers le Canada est publié. Nous avons réalisé une synthèse de celui-ci afin de regarder plus spécifiquement certaines villes québécoises (Montréal, Québec, Saguenay et Sherbrooke). Le tableau 1 dresse le portrait des parts de marché des différentes radios au Québec selon les régions, c'est-à-dire les cotes d'écoute des stations. Ainsi, pour chacune des régions présentées, les trois stations de radio ayant obtenu le plus de part de marché¹⁰ apparaissent. Il permet de remarquer rapidement quelles sont les stations les plus écoutées¹¹.

Tableau 1 — Part du marché en % par région et par station de radio (Numeris, 2018a, 2018b)

Station de radio	Part du marché (%)
Québec	
CBV FM (Radio-Canada Première)	19,9
CHOIFM (Radio X 98,1)	12,9
CJMFFM (FM 93)	11,7
Sherbrooke	
CITEF4 (Rouge FM)	21,2

¹⁰ La part de marché en pourcentage représente le nombre d'heures d'écoute pour cette station par rapport à l'ensemble de la région donnée ; plus le pourcentage est élevé, plus les cotes d'écoute sont grandes.

¹¹ Les cotes d'écoute présentées sont celles qui représentent le mieux les cotes d'écoute au moment de la campagne électorale de 2018. Les données les plus à jour à propos de Montréal étaient en date du printemps 2018, contrairement aux autres villes dont les données proviennent de l'automne 2018.

CBFF10 (Radio-Canada)	16,8
CIMOFM (Énergie)	15,4
Saguenay	
CKYKFM (Radio X)	25,7
CFIXFM (Rouge FM)	23,1
CJABFM (Énergie)	12,8
Montréal	
CHMPFM (98,5 FM)	21,4
CBFFM (Radio-Canada Première)	13
CFGLFM (Rythme FM)	12,7

Nous remarquons que les radios parlées se taillent systématiquement une place dans le palmarès des trois stations les plus écoutées pour chacune de ces villes. À la lumière de ces résultats, nous pouvons déduire que la radio parlée obtient encore des cotes d'écoute intéressantes.

Finalement, comme la radio est un médium instantané, c'est-à-dire que les émissions préenregistrées sont rares, cela laisse place à plus de spontanéité et de risques de dérapages de la part des intervenants. C'est ce qui en fait, selon nous, un médium plus qu'intéressant à analyser. Dans un même ordre d'idées, la radio évolue de plus en plus; de nouveaux formats se développent. Nous pouvons, par exemple, penser aux podcasts ou à la nouvelle radio numérique QUB lancée par Québecor en octobre 2018. D'ailleurs, cette nouvelle arrivée modifie les règles du jeu dans le sens où celle-ci n'est pas contrainte aux règles du CRTC puisqu'elle ne diffuse pas sur la bande FM (Vallet, 2018). QUB mise notamment sur d'anciens animateurs de la radio parlée et des commentateurs controversés tels que : Benoît Dutrizac, Richard Martineau, Sophie Durocher, etc. (Roy, 2018) Avec cette nouveauté, nous pensons que la radio et ses formats connexes réussissent encore à

se tailler une place importante dans le paysage médiatique québécois, encore plus en contexte électoral (Giroux, Proulx, & Souissi, 2017; Ruel, 2018). La radio est donc toujours d'actualité et mérite que plus de chercheurs s'y intéressent.

2. Problématique

Dans le chapitre suivant, nous discutons plus en profondeur de notre problématique. Nous explicitons notre objet de recherche, mettons en lumière la pertinence scientifique de celui-ci, exposons notre question de recherche et présentons les concepts sensibilisateurs de notre mémoire.

2.1 Objet de recherche

Notre objet de recherche est d'analyser la couverture médiatique des élections générales provinciales québécoises de 2018 dans les radios parlées au Québec. Nous observons comment le contenu entourant les élections a été rapporté par les animateurs et commentateurs des radios parlées sélectionnées. La radio est un média instantané dans lequel les intervenants ont une certaine liberté de parole puisque leur discours n'est pas nécessairement écrit d'avance et révisé par plusieurs personnes comme dans les médias écrits ou télévisés. De plus, étant donné que les radios parlées au Québec ont rarement été étudiées au-delà de la région de la Capitale-Nationale, nous croyons qu'il est pertinent et essentiel de dresser un portrait qui regroupe des stations partout dans la province. Cet exercice nous permet de mettre en lumière les similitudes et les différences entre les différentes émissions de radio. À ce sujet, quatre régions ont été sélectionnées en raison de la disponibilité des émissions de radios et de leurs cotes d'écoute, c'est-à-dire : Montréal, Québec, Saguenay et Sherbrooke. La campagne électorale est un contexte idéal

puisque'elle génère beaucoup de contenu à étudier et que toutes les régions du Québec sont concernées par celle-ci. Les sujets abordés sont donc comparables.

2.2 Pertinence scientifique de la recherche

À la suite de nos recherches exploratoires, un constat apparaît : très peu, de chercheurs québécois ont étudié la question des radios parlées ailleurs que dans la région de la Capitale-Nationale. Ces dernières ont été largement documentées et discutées, mais les autres radios sur le territoire de la province sont passées sous le radar. De plus, les critiques formulées à l'endroit des radios de Québec suscitent beaucoup de controverses. Ainsi, la pertinence scientifique de notre recherche prend tout son sens. Puisqu'aucune étude comparative des différentes émissions de radio parlée au Québec n'a été faite, il est opportun que nous nous penchions sur la question. Nous pensons qu'il est essentiel qu'un portrait soit dressé afin d'examiner et de comparer les différents contenus des stations. Cela permettra d'avoir une meilleure compréhension de l'état de ces médias.

2.3 Objectifs de recherche

Notre objectif de recherche est de mieux comprendre les différents contenus présentés dans les émissions de radio parlée à propos de la campagne électorale provinciale de 2018 afin de les comparer et de mettre en lumière leurs similitudes et leurs différences. Ainsi la question de recherche qui a guidé notre démarche est la suivante : quelles sont les différences et les similitudes des contenus présentés dans les radios parlées au Québec? Pour ce faire, nous présentons les principaux thèmes et sujets abordés afin de mieux comprendre la couverture radiophonique de la campagne électorale. Notre objectif

secondaire est de dresser un portrait des contenus présentés dans les radios parlées au Québec et de démontrer si les choix de sujets convergent ou non, et s'il y a des tendances similaires entre ces radios en termes d'approche journalistique.

2.4 Concepts sensibilisateurs

Comme nous adoptons une approche inductive dans le cadre de notre mémoire, qui sera plus amplement expliquée dans le chapitre suivant, nous présentons des concepts sensibilisateurs et non un cadre théorique. En effet, comme nous théoriserons à partir de ce qui émergera des données, nous fonctionnons à partir du principe de la « sensibilité théorique » afin de construire notre recherche. La sensibilité théorique est utilisée dans deux sens : « sensibilité dans le sens d'une "attention" aux données empiriques et sensibilité dans le sens d'une "perspective théorique" avec laquelle les données sont perçues et interprétées » (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 13). Cela implique que le chercheur se distancie de la théorie afin de laisser parler les données. C'est donc pourquoi il n'y a pas de cadre théorique à proprement parler dans notre mémoire. Il faut toutefois noter que nous ne pensons pas pouvoir faire abstraction de nos connaissances antérieures, mais bien que nous faisons « un effort intellectuel de réserve par rapport au contenu et d'ouverture par rapport à l'inédit » (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 13). Afin d'arriver à laisser parler les données, les chercheurs qui utilisent la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) s'appuient sur des « concepts sensibilisateurs » qui « favorisent une plus grande acuité » (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 14). La sensibilité théorique est donc la façon dont un chercheur perçoit les données empiriques et celle-ci peut changer au cours de la recherche (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 14).

Dans la prochaine partie, nous exposons les principaux concepts sensibilisateurs qui influencent notre recherche.

2.4.1 Radiodiffuseur public, radiodiffuseur privé et radios parlées

En premier lieu, il est important de bien circonscrire notre objet d'étude principal et de déterminer quels sont les principaux concepts auxquels nous avons eu recours. Nous explicitons donc quelques définitions qui ont retenu notre attention pendant nos recherches exploratoires.

Il est, tout d'abord, primordial de définir et d'expliciter le statut de la radio publique, c'est-à-dire du radiodiffuseur public. Sans faire un retour historique complet, il est important de mentionner que la radio de Radio-Canada a été très importante dans le développement de la culture québécoise et a marqué l'identité même de la société d'État (Filion, 2017; Francoeur, 2000; Rancourt, 2016). Francoeur, dans son livre intitulé *La transformation du service de l'information de Radio-Canada* (2000), arrive à la conclusion que la radio publique se distingue de façon notable de la radio privée et de la télévision publique, par son absence de publicité et son contenu de qualité unique (p. 86). La facilité d'accès à la radio fait aussi d'elle un médium intéressant pour les citoyens (Francoeur, 2000). Afin de bien définir ce qu'est la radio publique, nous emprunterons la définition qu'en fait l'UNESCO, soulignant au passage qu'il n'existe pas de définition unique, mais plutôt des caractéristiques et des mécanismes propres au format public :

Ni commerciale ni étatique, la radiotélévision publique trouve sa raison d'être dans le seul accomplissement du service public. C'est la radiotélévision du public; elle s'adresse à chacun en tant que citoyen. Elle encourage l'accès et la participation à la vie publique. Elle

développe les connaissances, élargit les horizons et permet à chacun de mieux se comprendre en comprenant le monde et les autres. La radiotélévision publique se définit comme un lieu de rencontre où tous les citoyens sont invités et considérés sur une base égalitaire. C'est un outil d'information et d'éducation, accessible à tous et s'adressant à tous, indépendamment du statut social ou économique des uns et des autres. Son mandat ne se limite pas à l'information et au développement culturel. La radiotélévision publique doit aussi meubler l'imaginaire et divertir. Mais elle le fait avec un souci de qualité qui doit la distinguer de l'audiovisuel commercial. (Banerjee & Seneviratne, 2005, p. 14)

Quelques critères doivent être pris en compte pour qualifier un média de service public : son universalité, sa diversité, son indépendance et sa spécificité, c'est-à-dire son caractère différent en termes de contenu, d'angle, de sujet, etc. (Banerjee & Seneviratne, 2005, p. 16-17). Nous pouvons considérer Radio-Canada Première comme une radio publique puisqu'elle correspond aux quatre critères nommés plus haut (Ménard, 2013, p. 3). De plus, elle répond aussi à la définition de la radio parlée, qui sera abordée plus bas, puisqu'elle privilégie la parole à la musique. Les radiodiffuseurs privés, ou la radio privée, quant à eux, se distinguent par leur financement. En effet, ceux-ci ne sont pas financés par l'État et leurs activités sont possibles grâce à l'argent récolté par les publicités (Pagé, 2007). Ainsi, plus une station est écoutée, plus il est justifié de vendre du temps publicitaire aux annonceurs à forts prix. C'est donc dans sa finalité, à but lucratif, que la radio privée commerciale se distingue de la radio publique. L'objet de notre recherche est d'effectuer une comparaison entre différentes stations de radios parlées, incluant le radiodiffuseur public, Radio-Canada Première, et des émissions de stations qui appartiennent à des radiodiffuseurs privés.

Ensuite, le choix des radios parlées et non des radios de confrontation comme principal sujet est le fruit d'une réflexion personnelle et de recherches sur chacun de ces concepts. En effet, nous avons répertorié les définitions de la radio parlée, de la radio-poubelle et de la radio de confrontation afin de mieux comprendre notre objet d'étude. Ainsi, Laforest, Turbide et Vincent (2008) expliquent que la radio de confrontation est caractérisée par la liberté de style qui s'y rattache, c'est-à-dire le langage coloré, les prises de position controversées, les propos vulgaires, etc. (Laforest et al., 2008, p. 90). C'est ce qui la distingue de la radio parlée (ou radio d'opinion, puisque les deux sont des synonymes selon eux). Turbide et Vincent (2004) identifient quatre critères qui définissent la radio de confrontation. Premièrement, l'animateur doit diffuser ses opinions (sociales ou politiques) de façon répétitive et dogmatique sans laisser place aux arguments adverses. Deuxièmement, la stratégie employée doit être basée sur l'autovalorisation et le dénigrement des autres groupes (absents de la discussion). Cela doit être réalisé à travers des discours vulgaires et teintés de langage obscène afin d'accentuer leur propos. Troisièmement, il doit y avoir une construction progressive de cibles, « des individus, des groupes, des nations ou des idées, des valeurs, des idéologies » (Turbide & Vincent, 2004, p. 177-178), qui sont attaqués ou dénigrés et servent donc de boucs émissaires. Finalement, il doit y avoir un groupe d'auditeurs partisans de l'animateur qui forme un groupe distinct et développe une complicité avec celui-ci (Turbide & Vincent, 2004, p. 177-178).

Le terme « radio-poubelle », ou « *trash radio* », est parfois utilisé pour décrire les radios de confrontation. Cependant, l'Office québécois de la langue française (OQLF)

nous met en garde : « [e] n utilisant le terme *radio-poubelle*, l'on doit être conscient qu'il véhicule une certaine charge négative, dépréciative » (Office québécois de la langue française, n.d.). Pour cette raison, nous n'utiliserons pas ce terme dans notre recherche. La radio parlée, quant à elle, est caractérisée par le fait de privilégier la parole à la musique. Cela peut être fait de multiples façons, notamment avec des lignes ouvertes, des échanges entre plusieurs animateurs ou encore des entrevues (Villeneuve, 2004, p. 15-16). Selon Knight et Barker (1996), la radio politique parlée se définit comme étant constituée d'émissions où les tribunes téléphoniques ont primauté et met l'accent sur des discussions entourant les politiciens, les élections et les problèmes de politiques publiques (p. 2).

Dans le cadre de notre mémoire, le terme que nous adoptons est celui de la radio parlée, qui englobe la radio de confrontation et la radio politique. Ce choix s'est imposé de lui-même à l'issue de nos recherches puisque nous souhaitons adopter un terme qui est inclusif. Ainsi, « radio-poubelle » ou « *trash radio* » sont trop péjoratifs et « radio de confrontation » et « radio politique » trop spécialisés. La définition que nous utiliserons est la suivante : la radio parlée se caractérise par le fait de privilégier la parole à la musique, celle-ci peut prendre plusieurs formes (lignes ouvertes, discussions, entrevues, etc.), et les sujets discutés y sont principalement en lien avec l'actualité.

2.4.2 Approche journalistique : le journalisme d'opinion

Au cours de notre analyse, l'importance du journalisme d'opinion a émergé de nos résultats. Nous avons donc jugé essentiel de l'ajouter à nos concepts sensibilisateurs. En effet, plusieurs auteurs (Payette, 2015; Turbide & al., 2008) ont soulevé des questions

sur l'approche journalistique des animateurs des radios de confrontation. Ces questionnements émergent de la vision des animateurs qui ne se considèrent souvent pas comme des journalistes (Payette, 2015, p. 28). Ils ne reconnaissent donc pas l'autorité des différents organismes d'autorégulation auxquels les journalistes sont normalement imputables et n'adoptent pas les normes déontologiques habituellement reconnues par la profession. À titre d'exemple, le CPQ accepte de recevoir des plaintes formulées à leur égard. Toutefois, les animateurs des stations de radios de confrontation ne reconnaissent pas son autorité et ne répondent souvent pas aux plaintes qui les concernent. Ils acceptent cependant l'autorité de l'ACR (Association canadienne des radiodiffuseurs, n.d.-a). C'est pourquoi il est essentiel d'examiner ce qui définit et encadre le journalisme d'opinion afin de mieux cadrer l'analyse de nos résultats.

Plusieurs chercheurs se sont penchés sur le journalisme : ce qui le définit, les approches, ou encore les paradigmes journalistiques. Celui-ci continue d'ailleurs d'évoluer selon les différentes époques au regard des contextes économique, social, politique, etc. (Brin, Charron, & de Bonville, 2004). Dans la partie qui suit, nous examinons plutôt ce que les différents guides de déontologie rapportent à propos du journalisme d'opinion afin de déterminer si cela cadre avec le travail des radios parlées québécoises.

Tout d'abord, il est important de mentionner que les guides de déontologie définissent de manière assez large les balises qui décrivent la profession de journaliste. D'un autre côté, ils précisent et définissent clairement ce qui est du ressort du journalisme d'opinion. Ainsi, ils expliquent que les journalistes d'opinion doivent rendre leurs propos

compréhensibles auprès du public sans toutefois exagérer ou minimiser leurs portées (Fédération professionnelle des journalistes du Québec, n.d., p. 3). D'ailleurs, le guide de la FPJQ précise que « [l]es journalistes doivent départager soigneusement ce qui relève de leur opinion personnelle, de l'analyse et de l'information factuelle afin de ne pas engendrer de confusion dans le public. » (Fédération professionnelle des journalistes du Québec, n.d., p. 3) De son côté, le guide déontologique du CPQ établit clairement que le journaliste d'opinion bénéficie « d'une grande latitude dans le choix du ton et du style qu'il adopte » (Conseil de presse du Québec, 2015, p. 19). Par contre, il spécifie que l'information présentée doit être « exacte, rigoureuse dans son raisonnement et complète » (Conseil de presse du Québec, 2015, p. 19). De plus, le journaliste doit présenter son opinion en exposant les faits sur lesquels il s'appuie, sauf s'ils sont déjà largement connus par le public. La Société Radio-Canada (SRC) présente elle aussi des normes et pratiques journalistiques semblables à celles des deux guides nommés plus haut concernant le journalisme d'opinion (Société Radio-Canada, n.d.). Elle est même dotée d'un ombudsman qui peut intervenir s'il reçoit une plainte voulant que les normes et les pratiques journalistiques de Radio-Canada n'ont pas été respectées (Radio-Canada, s.d). En revanche, l'ACR ne définit pas le journalisme d'opinion dans son guide de déontologie (Association canadienne des radiodiffuseurs, 2002). L'entreprise Cogeco media¹², quant à elle, possède un code d'éthique professionnel, mais ne mentionne pas les pratiques journalistiques dans celui-ci.

¹² Celle-ci est propriétaire de trois des quatre stations de radio qui composent notre corpus.

Au regard de ce qui définit le journalisme d'opinion, nous constatons que le travail des animateurs de radio parlée concorde avec les balises présentées. En effet, ils commentent en ondes divers sujets tirés de l'actualité, notamment les élections générales provinciales et fédérales, et leurs propos sont diffusés et destinés à un large public. Ils doivent donc, au regard de la déontologie, présenter leur opinion de manière claire, en s'appuyant sur des faits exacts et s'assurer que leur raisonnement est rigoureux et intelligible pour leurs auditeurs.

2.5 La radio parlée et ses formats connexes

2.5.1 Origines et transformation de la radio parlée aux États-Unis et au Canada

Il est essentiel de dresser un portrait historique du phénomène de la radio parlée afin d'arriver à mieux comprendre son évolution. Les émissions de radio axées sur les tribunes téléphoniques sont les balbutiements d'un format radiophonique qui se veut plus provocateur et plus engageant avec ses auditeurs. Elles sont d'abord apparues dans les années 1920 aux États-Unis. C'est cependant seulement au milieu des années 1940 qu'un premier auditeur a pu parler en ondes en direct. Auparavant, les stations faisaient plutôt des mini-sondages dans les rues et les diffusaient par la suite, créant un effet de proximité entre le public et les animateurs (Villeneuve, 2004, p. 17). À partir des années 1960, sur les bandes AM principalement, les interactions en direct au téléphone avec les auditeurs s'imposent et les sujets discutés sont multiples, mais souvent liés à l'actualité. C'est à cette époque que ce type d'interactions, qui caractérise souvent la radio de confrontation, a fait ses débuts. Par la suite, les formats radiophoniques évoluent et des émissions telles que

Pull Over Neighbor, *Paging John Doe* et *Meet Joe Public* gagnent alors en popularité. En quelque sorte, nous pouvons les considérer comme les « ancêtres » de la radio parlée. Quant à la radio de confrontation à proprement parler, un des premiers animateurs (appelés « *shock jock* » en anglais) a été le conservateur radical Joe Pyne qui a travaillé à plusieurs stations américaines (Villeneuve, 2004, p. 18). Les animateurs de la radio de confrontation avaient pour but de scandaliser, de faire réagir leurs auditoires afin de générer plus d'écoute. Bien que le phénomène existe depuis les années 1960, c'est dans les années 1980 qu'il prend de l'ampleur par le nombre d'auditeurs et l'attention médiatique reçue. Par exemple, l'animateur coloré Howard Stern qui a animé des émissions dans plusieurs stations américaines avait organisé une manifestation dans les années 1980, pour la liberté d'expression ou plutôt contre la « censure » à laquelle il faisait face¹³ (Villeneuve, 2004, p. 19). Malgré la multitude de plaintes formulées à l'endroit de Stern et le nombre d'amendes reçues à travers le temps, il a toujours eu une plateforme sur laquelle s'exprimer. En fait, ce qui explique qu'il n'ait jamais été retiré des ondes est tout simplement que le montant des amendes n'était pas assez élevé pour décourager les stations de radio d'arrêter de diffuser ses propos, même les plus indécents. Les profits engendrés grâce à Stern étaient nettement supérieurs (Soley, 2007, p. 81).

La radio parlée politique, quant à elle, apparaît à la fin des années 1980 aux États-Unis. La figure qui incarne le plus ce type de format radiophonique est Rush Limbaugh, animateur très controversé qui a fait l'objet d'une pléthore de recherches universitaires

¹³ Une initiative du même genre a pu être observée dans les années 2000 au Québec, pour plus d'informations voir Lemieux (2012) ou se référer à la section 1.1.

(Villeneuve, 2004, p. 20). Ce dernier est à la barre d'une émission intitulée *The Rush Limbaugh Show* créée en 1988 et qui était alors diffusée sur 56 stations radiophoniques. Aujourd'hui, celle-ci est diffusée sur plus de 600 stations à travers les États-Unis. Elle est donc l'émission radiophonique la plus écoutée par nos voisins du Sud (Limbaugh, 2018). Son style d'animation est décrit comme suit : « *Limbaugh revolutionized the media and political landscape with his unprecedented combination of serious discussion of political, cultural and social issues along with satirical and biting humor, which parodies previously "untouchable" personalities and topics* » (Limbaugh, 2018). Le problème soulevé par le style d'animation de Limbaugh est que la radio de confrontation (qui prétend être une radio politique) donne l'illusion que ce n'est que du divertissement, mais les animateurs « disent rapporter des faits et informer les auditeurs » (Villeneuve, 2004, p. 21) lorsqu'ils sont en ondes. Leur message est donc contradictoire. La ligne entre divertissement et information est très mince, et ils détiennent réellement un pouvoir d'influence sur la population selon plusieurs auteurs, au contraire de ce qu'ils peuvent prétendre (Villeneuve, 2004, p. 21).

La radio de confrontation n'est pas un phénomène exclusif aux États-Unis. En effet, on le retrouve en Grande-Bretagne, en Australie, au Canada et au Québec. C'est dans les années 1960 que le phénomène est apparu au Canada avec l'animateur Pat Burns. Il était connu pour son sens de la répartie et son goût pour la controverse. Il commence sa carrière dans la région de Vancouver où, rapidement, il devient très connu et réussit à attirer beaucoup d'auditeurs, que ce soit des fans ou des détracteurs (History of Canadian Broadcasting - Canadian Communications Foundation, 2018). Ce dernier a fait l'objet de

plusieurs plaintes au CRTC et son émission *Burns Hotline* diffusée à Vancouver a ultimement été retirée des ondes (Villeneuve, 2004, p. 27). Au Québec, il a aussi été l'animateur d'une émission de tribunes téléphoniques, mais il est retourné à Vancouver dans les années 1990. Pat Burns est décédé en 1996 et a été intronisé au temple de la renommée de la *Canadian Association of Broadcasters* (CAB) (History of Canadian Broadcasting - Canadian Communications Foundation, 2018).

2.5.2 La radio parlée au Québec

La radio parlée a émergé au Québec pendant la Deuxième Guerre mondiale, alors que la nécessité de communiquer de l'information rapidement avec la population s'est imposée. Auparavant, puisque la majorité des grandes radios étaient détenues par des propriétaires de journaux, il y avait une nette distinction entre les deux médiums (Pagé, 2007, p. 69). L'un était plutôt réservé au divertissement, la radio, et l'autre, le journal, était dédié à l'information. C'est donc seulement à partir des années 1940 que la radio a été considérée comme un média d'information important pour la population (Pagé, 2007, p. 102).

En 1959, Jean Duceppe, un comédien populaire, devient animateur à la radio et se distingue par son animation engagée et émotive : « l'animateur se considère comme un participant des débats et non comme un modérateur » (Pagé, 2007, p. 130). Il marque son époque par sa façon de présenter et commenter l'information. Au fil du temps, la concurrence entre les médias et le besoin d'attirer des auditeurs a fait en sorte de modifier les approches des grandes stations. Une nouvelle formule radiophonique, où l'animateur

ne se distancie plus de l'actualité qu'il présente, commence à émerger au Québec. Le style d'animation de Jean Duceppe est devenu de plus en plus courant à la radio québécoise dans le milieu des années 1970. D'ailleurs, cette tendance a été influencée par les nouvelles pratiques radiophoniques des États-Unis. Voyant qu'un style d'animation provocateur fonctionnait bien, certaines émissions ont adopté ce style qui « [mettait] en scène un spectacle de confrontation agressive » (Pagé, 2007, p. 192), plutôt que d'informer et d'éclairer les gens sur les enjeux d'ordre public. Les années 1990 au Québec ont été marquées par les animateurs-vedettes controversés tels que André Arthur (FM 93 et CHOI-FM à Québec), Gilles Proulx (Radio-Canada, CKAC, CKOI-FM, etc.) ou Jean-François « Jeff » Fillion (CHOI-FM à Québec).

Aujourd'hui, les questions de liberté d'expression et de responsabilité des médias sont encore présentes. Les études sur les radios de confrontation en témoignent. Il existe une réelle confusion de genres entre information et divertissement et c'est en partie ce qui peut expliquer que le CPQ reçoive beaucoup de plaintes contre le format de radio appelé « radio de confrontation ». Il est donc très pertinent de se pencher sur ce sujet qui, encore aujourd'hui, soulève de nombreux questionnements. Il est d'autant plus important de dresser un portrait de la radio parlée québécoise dans son ensemble afin de mieux comprendre ses spécificités. Ce rapide portrait de la radio parlée au Québec permet de mieux comprendre l'évolution du médium à travers les années.

3. Démarche méthodologique

La section qui suit vise à mettre en lumière la méthodologie adoptée dans le cadre de notre mémoire. Puisque nous avons choisi d'opter pour une méthode inductive, notre démarche est quelque peu différente, ce qui affecte la structure du mémoire. C'est pourquoi nous nous permettons d'aller plus en profondeur sur l'explication de notre méthodologie intitulée méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). Tout d'abord, nous voulons souligner la différence entre les démarches inductives et déductives en guise d'introduction de cette section.

Bourgeois (2016) explique que l'approche méthodologique sélectionnée par le chercheur démontre une « perspective épistémologique particulière et influence la question de recherche qui sera posée » (p. 67). En ce sens, il est essentiel de bien circonscrire les différences entre les deux approches. Les approches déductives ont généralement comme objectif d'établir des relations théoriques entre des concepts préexistants. Une collecte de donnée est ensuite réalisée pour permettre de valider les théories (Bourgeois, 2016, p. 68). La recherche suit donc un parcours que l'on pourrait qualifier d'entonnoir, ayant comme point de départ des appréhensions générales et aboutissant à des conclusions plus spécifiques (Bourgeois, 2016, p. 69). Dans le cadre des approches inductives, les connaissances scientifiques sont mobilisées à la suite de

l'observation, et non préalablement à celle-ci. La collecte de données s'effectue donc plus rapidement dans la démarche et les explications (les relations avec des théories) émergent à la suite des observations réalisées par le chercheur (Bourgeois, 2016, p. 69). Cette démarche permet généralement de dégager des théories explicatives des phénomènes étudiés (Bourgeois, 2016, p. 69). S. Labbé (2018) explique très bien la principale caractéristique des approches inductives : « le point de départ de la recherche ne se trouve pas dans une recension des écrits, mais dans l'analyse même » (p. 74).

Dans les prochaines sections, nous décrivons donc en détail notre démarche méthodologique. Nous précisons aussi brièvement les fondements de la MTE et les défis des chercheurs novices qui adoptent cette méthode. Ensuite, nous décrivons la constitution de notre corpus et explicitons les différents choix qui se sont posés à nous pendant notre travail de recherche. Pour finir, nous établissons les limites liées aux choix méthodologiques.

3.1 Explication du choix méthodologique de la recherche

Avant même de commencer à expliciter notre démarche, il est important de souligner pourquoi nous avons choisi le terme « méthodologie de la théorisation enracinée » pour nommer la méthode que nous utilisons dans notre mémoire. En effet, il existe plusieurs façons de la nommer. En anglais, les appellations « *Grounded Theory* » ou « *grounding* » peuvent être utilisées. En français, les termes « enraciné », « ancré » ou encore « enracinement » sont souvent mobilisés. Nous avons préféré l'expression « enraciné » en raison de l'image à laquelle elle réfère. En effet, bien que le terme « théorie

ancrée » soit assez répandu dans la littérature, nous ne croyons pas qu'il soit celui qui décrit le mieux la méthodologie. « *Grounded* » ne fait pas référence à « *anchored* », mais plutôt à « *root* » ou « *ground* ». L'appellation « ancrée » ne représente pas bien, selon nous, l'essence même de la méthodologie qui veut que le chercheur fasse des allers-retours et utilise des procédés circulaires afin d'arriver à la théorisation. En effet, la MTE encourage plutôt le chercheur à remettre en question et à ne pas s'ancrer dans des cadres définis (Luckerhoff & Guillemette, 2000b, p. 8). Le terme « enraciné » est donc plus juste afin de décrire le chemin que prend le chercheur. Dans ses premières analyses, il créera des « racines » qui lui permettront, lorsqu'elles seront toutes liées entre elles, de faire émerger la théorie. Certaines auront été plus utiles que d'autres, mais toutes auront contribué à l'émergence des résultats. Nous croyons que la MTE est une voie tout indiquée pour notre recherche. En effet, étant donné qu'il n'existe pas beaucoup de textes de référence sur les radios parlées au Québec, et que nous adoptons une démarche de type exploratoire pour mieux comprendre comment les contenus sont construits, il est intéressant d'emprunter cette méthode afin de mettre l'accent sur les données et non sur la théorie (Corbin, 2000, p. VIII).

Cette méthode est aussi un atout pour notre recherche en ce qui concerne les connaissances scientifiques. Il nous a semblé beaucoup plus naturel de ne pas forcer un cadre théorique sur notre sujet d'étude alors qu'il n'existe pas une pléthore de recherches scientifiques sur les radios parlées québécoises. La MTE se présente alors comme une méthode rigoureuse qui nous permet de nous enraciner dans ce que les données nous

permettre de trouver. Dans le cas d'une recherche exploratoire comme la nôtre, la MTE est très appropriée puisqu'elle permet de laisser plus d'espace aux données afin de les arrimer avec les différentes théories existantes. Cela nous a permis de mieux faire ressortir les thématiques abordées dans les radios parlées au Québec à propos des élections générales provinciales québécoises de 2018.

3.2 La MTE en tant que méthode

La MTE a principalement été élaborée par Glaser et Strauss dans leur ouvrage *The Discovery of Grounded Theory* (1967). Selon les deux auteurs, la MTE est une méthode qui peut être utilisée autant par les chercheurs émérites que par les étudiants, et elle permet au non-initié d'avoir une meilleure compréhension des résultats d'une recherche (Glaser & Strauss, 1967). Les auteurs souhaitent, à travers la MTE, permettre aux chercheurs « de produire des théories réellement pertinentes pour leurs recherches » (Glaser & Strauss, 2010, p. 80). La MTE répond à un désir de ne pas être obligé d'adopter une démarche hypothético-déductive et rend légitime l'usage des méthodes inductives et qualitatives (Luckerhoff & Guillemette, 2000b, p. 2). Guillemette et Lapointe (2000b) définissent la MTE comme étant :

[...] caractérisée par une interdépendance et par une circularité entre la collecte et l'analyse de données, par l'utilisation d'un échantillonnage théorique, par une validation constante de l'analyse théorisante jusqu'à saturation et par une attention portée à ce qui émerge des données empiriques. (p. 12-13)

La MTE s'inscrit donc dans une démarche méthodologique rigoureuse et sérieuse. Celle-ci a fait ses preuves bien que certains universitaires éprouvent encore des réserves. Ainsi,

la MTE peut être représentée par une trajectoire hélicoïdale, « une courbe qui s'enroule autour d'un axe en mouvement » (Luckerhoff & Guillemette, 2000a, p. 41). Le chercheur n'emprunte pas un chemin déterminé à l'avance, il utilise plusieurs chemins et revient sur ses pas lorsque nécessaire. La MTE est une méthode qui inclut autant des stratégies spécifiques que des méthodes générales avec des lignes directrices (Charmaz, 2011, p. 362-363). C'est donc dire qu'elle ne propose pas nécessairement une marche à suivre précise aux auteurs qui souhaitent l'employer.

Au sein même de la MTE, il existe plusieurs visions qui teintent la démarche des différents auteurs. En fait, même Glaser et Strauss n'ont pas la même interprétation de la MTE. Ainsi, il existe deux grandes écoles représentées par ces deux auteurs, les objectivistes et les constructivistes (Charmaz, 2011, p. 365). D'un côté, Glaser, qui est issu de l'école de Columbia teintée par le positivisme et le fonctionnalisme structurel, est plutôt objectiviste, et de l'autre côté, Strauss, qui est issu de l'Université de Chicago teinté par le pragmatisme, est plutôt constructiviste (Bryant & Charmaz, 2007; Charmaz, 2008). Ces deux visions ont donc fait en sorte que la MTE n'a pas la même signification selon les auteurs qui l'emploient (Bryant & Charmaz, 2007, p. 4). Les objectivistes croient que le chercheur a un rôle neutre, qu'il est capable de ne pas teinter la découverte de nouvelles données avec ses connaissances et sa vision du monde (Charmaz, 2011, p. 366). Les données sont donc simplement présentes et ne doivent pas être construites pour être porteuses de sens (Charmaz, 2011, p. 366). Pour les constructivistes, il existe plusieurs interprétations dans le cadre d'une recherche puisque l'analyse est influencée par la vision

de celui qui la fait. Le chercheur est donc partie intégrante du projet et construit son interprétation selon ses connaissances et sa vision du monde (Charmaz, 2011, p. 366).

Au Québec, deux auteurs ont particulièrement travaillé sur la MTE : François Guillemette et Jason Luckerhoff. Ces derniers adoptent une approche plus près de l'interactionnisme et du réalisme que du constructivisme (S. Labbé, 2018, p. 76). En effet, ils comprennent qu'il y a une certaine construction de la réalité, mais ne remettent pas celle-ci en doute (S. Labbé, 2018, p. 76). D'ailleurs, Corbin (2000) spécifie qu'« [...] il existe de multiples vérités selon les définitions que font les personnes d'un phénomène donné, définitions qui varient et évoluent en fonction du temps, du lieu, du point de vue de l'observateur et de la situation. » (p. VIII) Ainsi, il est évident que, selon le paradigme dans lequel s'inscrit un chercheur, son interprétation de la MTE varie.

En accord avec les principes de la MTE qui ne requiert pas de cadre théorique prédéfini, nous n'adoptons pas de posture théorique dans le cadre de notre recherche. Comme S. Labbé (2018) l'explique :

Puisque les approches inductives ne prennent pas appui sur un cadre théorique, le chercheur n'est pas obligé de choisir un paradigme en particulier ni un cadre théorique spécifique; il peut en effet choisir de ne pas se situer dans une vision de l'édification de la connaissance ou de la possible cumulation du savoir. (p. 78)

Puisque le but ultime de la MTE est de produire une théorie, il existe plusieurs étapes clés qu'un chercheur doit respecter afin que sa démarche soit rigoureuse. Dans le cadre de la MTE, le chercheur n'est pas dans l'obligation d'effectuer une revue de littérature exhaustive avant de commencer. Le but de la MTE est plutôt qu'il puisse s'affranchir des

idées préconçues afin que les données parlent d'elles-mêmes et ne soient pas déjà reliées à des théories existantes (Glaser & Strauss, 1967; Labelle, Guillemette, & Luckerhoff, 2018). C'est pourquoi la revue de littérature exhaustive n'est pas un critère incontournable pour le chercheur en MTE¹⁴.

Cette suspension temporaire du recours aux écrits scientifiques est nécessaire afin que le chercheur n'impose pas aux données un cadre théorique existant, mais vise plutôt à construire la théorie à partir de ce qui émerge des données. (S. Labbé, 2018, p. 77)

La MTE encourage donc l'auteur à établir des concepts sensibilisateurs qui lui seront utiles pendant son projet. Celui-ci détermine ainsi une ligne directrice, en se distanciant des idées préconçues qui pourraient altérer son interprétation des données (Glaser & Strauss, 1967).

Dans le cadre de notre mémoire, nous avons effectué une revue de littérature sommaire puisque nous devons présenter notre projet devant jury. Nous ressentions aussi le besoin de pouvoir nous appuyer sur des références afin de justifier nos différents choix. Nous nous sommes cependant efforcée de nous distancier des différentes idées présentées dans les études que nous avons consultées en ne les consultant de nouveau que lorsque nous étions plus avancée dans la théorisation de nos données. Cet exercice nous a permis de reconnaître nos connaissances pour mieux les questionner une fois venu le moment d'écrire la discussion de notre travail. De plus, cela nous a permis d'établir une ligne directrice qui guiderait nos observations. Ainsi, nous avons appliqué le concept de

¹⁴ Les auteurs ne s'entendent pas tous à propos de la pertinence ou non d'une revue de littérature.

sensibilité théorique, c'est-à-dire que nous avons reconnu les théories existantes qui nourrissent nos réflexions (Lejeune, 2019, p. 28).

Dans le cadre d'une recherche basée sur la MTE, le chercheur ne décide pas d'avance de son échantillon. L'échantillonnage est plutôt un processus. Dans ce que Glaser et Strauss appellent « l'échantillonnage théorique », le chercheur doit recueillir les données, les coder et les analyser au fur et à mesure. De cette façon, la théorie qui émerge guide l'auteur vers d'autres types de données qui pourraient aussi être utiles (Glaser & Strauss, 2010, p. 138). Comme Guillemette et Luckerhoff (2009) l'expliquent : « [...] l'échantillonnage théorique se réalise dans un ajustement constant avec ce qui émerge tout au long du projet de recherche » (p. 9). Ainsi, la collecte de données peut changer au fur et à mesure que la recherche avance et la diversification des types de données analysées est encouragée : « *All is data.* » (Glaser, 1998, p. 8). Pendant notre recherche, nous avons décidé de débiter avec l'analyse de certaines journées clés dans la campagne et avons poursuivi avec du contenu diffusé à d'autres moments lorsque nous avons ressenti le besoin d'approfondir certaines catégories.

Une personne qui utilise la MTE pour la première fois peut cependant tomber dans le piège de ne pas savoir quand et où s'arrêter dans la collecte. C'est pourquoi il est important de comprendre ce qu'est la saturation théorique. Elle survient lorsque les données ne fournissent plus d'informations supplémentaires afin de développer la catégorie étudiée (Glaser & Strauss, 2010, p. 158). Il est crucial que le chercheur se laisse guider par les données et qu'il soit prêt à aller en explorer d'autres, ou mêmes d'aller

explorer d'autres concepts, quitte à revenir sur ses pas. Dans notre cas, nous avons atteint la saturation théorique lorsque nous avons été en mesure de bien expliquer comment chacun des thèmes issus de notre analyse s'articulait, c'est-à-dire comment ceux-ci avaient été présentés dans chacune des émissions. D'ailleurs, nous avons aussi atteint une certaine saturation lorsque nous n'arrivions plus à trouver de nouveaux thèmes dans chacune des émissions analysées. Lejeune (2019) explique : « Une catégorie est saturée lorsque le chercheur a observé comment fonctionne chacune de ses propriétés » (p. 90). Nous y reviendrons plus en détail dans l'explication de notre démarche personnelle.

En entrecroisant la cueillette de données, la codification et l'analyse, cela permet à la théorie de ressortir plus facilement. Le chercheur peut ainsi se laisser guider par ses découvertes. C'est ce qui caractérise le concept de l'*emergent-fit* (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 7). Lorsque la cueillette de données et l'analyse sont bien avancées, les chercheurs peuvent alors explorer les écrits scientifiques en lien avec leur sujet afin de bonifier leurs résultats (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 10). De cette façon, les théories existantes n'influencent pas la théorie produite. Certains chercheurs utilisent également un journal où ils inscrivent leurs croyances ou connaissances, ce qui leur permet d'en prendre conscience et de s'en distancier plus facilement (Guillemette & Luckerhoff, 2009, p. 11). Nous avons utilisé un « journal » afin de documenter nos réflexions tout au long de notre analyse. Nous avons noté nos réflexions directement sur le progiciel Nvivo ainsi que dans un cahier. Cela nous a permis de conserver une trace de nos réflexions, peu importe à quel moment de la journée et à quel endroit elles se manifestaient. Finalement,

tout au long de la cueillette et de l'analyse, les données sont codées et des mémos sont créés afin d'aider les réflexions (Plouffe & Guillemette, 2000, p. 107). En bref, la circularité de la démarche est donc le cœur de la MTE.

3.3 Corpus

Étant donné que nous avons décidé d'utiliser le contexte de la campagne électorale des élections générales provinciales québécoises de 2018 comme terrain d'étude, la collecte de données primaires a été réalisée pendant la campagne (août, septembre et octobre 2018). Puisque nous voulions avoir un portrait de la situation québécoise, nous avons sélectionné quatre villes soit : Montréal, Québec, Saguenay et Sherbrooke. Ces villes avaient de très bonnes cotes d'écoute (voir tableau 1). Notre échantillon a été récupéré sur les sites internet des différentes stations. À quelques reprises, nous avons constaté qu'une émission n'était pas disponible et nous ne sommes pas arrivées à la retrouver ailleurs, il y a donc certaines journées manquantes¹⁵ au sein de notre corpus. Nous sommes consciente que le contenu des émissions en ligne a pu avoir été altéré par les stations. Par exemple, elles ont pu raccourcir une émission afin d'en faciliter l'écoute, mais c'est une contrainte acceptable devant la difficulté d'accès aux archives des émissions radiophoniques.

Pour décider des émissions que nous allions analyser, nous avons procédé par élimination. Pour commencer, nous souhaitions, le plus possible, avoir une variété dans

¹⁵ Nous avons, par exemple, écrit à Cogeco pour avoir accès à leurs archives afin de retracer certaines émissions manquantes. Ils nous ont simplement répondu qu'ils ne disposaient pas de telles archives.

les stations sélectionnées. Ainsi, nous avons déterminé que nous allions prendre Radio-Canada qu'une seule fois dans notre corpus (malgré ses bonnes cotes d'écoute dans chacune des régions) afin de pouvoir comparer les radios privées à la radio publique. Nous avons donc décidé de prendre l'émission de Radio-Canada qui était diffusée dans le plus grand bassin de population, soit Montréal. Dans la région de Sherbrooke, deux émissions de radio parlée sont présentes : celle de Radio-Canada, et celle du 107,7 FM. Nous avons donc sélectionné le 107,7 FM. Dans la région de Saguenay, l'émission parlée la plus populaire est celle de Radio X, c'est donc cette station qui est incluse dans notre corpus. Finalement, dans la région de Québec, c'est Radio X qui obtient les meilleures cotes d'écoute. Par souci de diversité, puisque Radio X Saguenay faisait déjà partie de notre corpus, nous avons sélectionné le FM 93 qui arrive deuxième en termes de cotes d'écoute. D'ailleurs, cette décision s'explique aussi par la pertinence d'avoir l'émission *Bouchard en parle* dans notre corpus puisque l'animateur a fait l'objet de plusieurs plaintes au CPQ et a été au cœur du débat sur le rôle de la radio parlée après l'attentat de Québec¹⁶. Ensuite, nous avons décidé de sélectionner les émissions matinales des stations de radio. Ce choix s'est imposé de lui-même puisque la station de la région de Sherbrooke n'avait pas d'émission du retour produit localement.

Notre corpus se compose donc de quatre émissions de radio diffusées par quatre stations différentes : Radio-Canada Première à Montréal, Radio X à Saguenay, 107, FM à

¹⁶ Voir la section 1.1 « Les radios parlées au Québec » pour plus de détails.

Sherbrooke et FM 93 à Québec. Hormis Radio-Canada Première, toutes les autres stations de radio de notre corpus appartiennent à des radiodiffuseurs privés.

Tableau 2 — Émissions de radio parlée québécoises qui constituent le corpus de la recherche

	Saguenay Radio X	Sherbrooke 107,7 FM	Montréal Ici Radio-Canada Première	Québec FM 93
Nom de l'émission	<i>Le Show du matin</i>	<i>Que l'Estrée se lève</i>	<i>Gravel le matin</i>	<i>Bouchard en parole</i>

Les stations de la région de Saguenay, Sherbrooke et Québec appartiennent toutes à Cogeco media. La station Ici Radio-Canada de la région de Montréal appartient quant à elle à la société d'État Radio-Canada. Toutes les stations diffusent principalement ou exclusivement des émissions de radio parlée dans leur programmation. Elles ont toutes été diffusées du lundi au vendredi entre 5 h 30 et 9 h 30 pendant la campagne électorale. L'émission *Le Show du matin*, diffusée sur les ondes de Radio X au Saguenay, est animée par Dominick Fortin et ses collaborateurs, dont : Martin-Thomas Côté (collaborateur), Bernard Drainville (chroniqueur et ancien journaliste), Marc St-Hilaire (chroniqueur), etc. Celle de *Que l'Estrée se lève* est diffusée sur les ondes du 107,7 FM dans la région de Sherbrooke et est animée par Steve Roy et ses collaborateurs, dont : Isabelle Fontaine (collaboratrice), Marc Nadeau (chroniqueur politique), Dominic Vallières (chroniqueur politique), etc. Celle de *Gravel le matin*, diffusée sur les ondes de Radio-Canada dans la région de Montréal, est animée par Alain Gravel et ses collaborateurs, dont : Chantal Hébert (journaliste politique), Vincent Graton (chroniqueur actualité), René Vézina (journaliste économique), etc. Précisons ici qu'Alain Gravel est un journaliste de carrière, contrairement aux autres animateurs de notre corpus. Celle de *Bouchard en parole*, diffusée

sur les ondes du FM 93 dans la région de Québec, est animée par Sylvain Bouchard et ses collaborateurs, dont : Bernard Drainville (chroniqueur et ancien journaliste), Élisabeth Crête (collaboratrice), Pascale Caron-Vézina (collaboratrice), etc. Elles étaient aussi disponibles en ligne en plus d'être diffusées en direct sur les ondes hertziennes.

3.4 Démarche

Notre démarche a donc débuté par le découpage des extraits radio et la rédaction des verbatim. Cela nous a permis de retenir seulement ce qui traitait de la campagne. Nous avons ensuite écouté à plusieurs reprises chacun des extraits afin d'effectuer une transcription rigoureuse de ceux-ci. D'ailleurs, cette étape qui a paru parfois fastidieuse nous a permis de nous imprégner du contenu partagé dans chacune des émissions. Elle s'est donc révélée fondamentale et cruciale afin d'aiguiser notre compréhension générale des thèmes discutés dans les émissions. La suite de notre démarche de recherche s'est donc déroulée conformément à ce que la MTE suggère, c'est-à-dire que nous avons effectué des allers-retours entre la codification et l'analyse de nos données afin de tendre vers une saturation théorique. Trois étapes de codage se sont entrecroisées tout au long de la recherche. Tout d'abord, le codage ouvert a été réalisé dans une volonté de conceptualisation. Le chercheur appose donc des étiquettes à ce qu'il recherche. Celles-ci « qualifient ce qui se déroule dans le témoignage des acteurs » (Lejeune, 2019, p. 62). Dans notre cas, le matériel analysé était plutôt les discussions à propos de la campagne électorale dans les émissions de radios parlées sélectionnées. Ainsi, nous avons découpé les segments pertinents à notre analyse dans chacune des émissions. Nous avons conservé

toutes les parties dont le sujet principal était la campagne électorale. De cette façon, nous avons décidé d'écarter les brèves, c'est-à-dire la lecture des unes des journaux. Volontairement, nous avons concentré nos analyses sur les discussions ayant pour sujet les élections en cours. De plus, nous avons spécifiquement choisi de commencer par analyser certaines journées clés pendant la campagne. En effet, les débats télévisuels constituent un moment très important dans les campagnes. Nous avons donc décidé de prendre les journées de débats comme point de départ de notre analyse¹⁷. Nous avons alors choisi les journées du 13 et 14 ainsi que du 20 et du 21 septembre 2018. Les débats des chefs en français ont eu lieu le 13 et le 20 septembre 2018. Nous avons ajouté les lendemains des débats afin de densifier notre analyse. Pour finir, les journées du 17 et 18 septembre nous ont permis d'approfondir encore plus nos résultats. Le 17 septembre 2018 correspond à la date de diffusion du débat en anglais. Grâce à l'ajout de ces deux journées, nous avons atteint une saturation théorique suffisante. Nous étions en mesure de bien cerner les principaux thèmes tirés de chacune des émissions et d'identifier des similitudes et des différences entre la présentation de ceux-ci. Nous avons aussi constaté que nous ne trouvions plus de contenus afin de bonifier nos catégories de nouveaux éléments ou d'en créer de nouvelles afin d'approfondir nos questionnements.

Notre premier codage ouvert nous a donc permis de faire ressortir les différents

¹⁷ Notre choix méthodologique s'est d'ailleurs confirmé par lui-même lorsqu'une intervenante a souligné l'importance des débats : « [...] ça marque toujours un temps important, un temps fort dans une campagne. [...] Parce que le nombre de gens qui regardent le débat c'est quand même conséquent. C'est le plus large bassin d'électeurs auxquels les chefs vont avoir l'occasion de s'adresser directement au cours de la campagne. » (*Gravel le matin*, 13 septembre 2018)

thèmes discutés par les intervenants afin de mieux comprendre la couverture médiatique réalisée à propos des élections générales provinciales québécoises. Pour le codage ouvert, nous avons décidé de faire un codage descriptif afin de simplement laisser place à ce qui était véhiculé dans les émissions (Saldana, 2009, p. 70). Nous avons d'ailleurs laissé tomber certains types de codes qui s'éloignaient finalement de notre question de recherche. En ce sens, nous avons changé de manière de coder à quelques reprises afin de s'assurer que notre analyse allait être en lien avec nos objectifs de recherche. Ainsi, nous avons tenté de décrire de la manière la plus neutre possible ce dont les différents intervenants discutaient.

Pour continuer, le codage axial permet d'approfondir les codes existants (Champagne-Poirier, 2019, pp. 133-134). Ils sont dès lors regroupés selon leur propriété. La montée en abstraction continue alors. À ce moment, des familles thématiques ont commencé à émerger de notre analyse. La réorganisation et la densification des étiquettes du codage ouvert nous ont permis de trouver des thèmes communs à chacune des émissions (Lejeune, 2019). Ainsi, notre compréhension des discours des radios parlées commençait tranquillement à se construire. Il est important de rappeler que le codage ouvert et le codage axial ne sont pas deux étapes distinctes. Elles s'entrecroisent et se prolongent (Lejeune, 2019, p. 116) durant toute la durée de l'analyse.

Finalement, le codage sélectif permet au chercheur de déterminer si les catégories conceptuelles expliquent bien le phénomène à l'étude (Champagne-Poirier, 2019, p. 134). À l'aide de schémas ou de comptes rendus, le chercheur tente de faire ressortir les

catégories qui sont les plus importantes pour l'explication de ses questions de recherche. Les nombreuses révisions des conclusions du chercheur lui permettent d'écarter les propriétés qui ont été identifiées, mais qui ne sont pas significatives (Lejeune, 2019). La comparaison des catégories thématiques issues de nos quatre émissions de radio a donc fait émerger des catégories conceptuelles. C'est ce qui nous a permis d'expliquer le phénomène que nous avons choisi d'étudier, soit le contenu véhiculé dans les radios parlées québécoises pendant la campagne électorale de 2018.

Bien entendu, nous avons réalisé de nombreux va-et-vient entre le codage, l'analyse et la rédaction de nos résultats. En tant que chercheur novice, nous avons parfois eu l'impression de revenir en arrière. Nous avons dû continuer à travailler afin d'affiner notre sens de l'analyse et faire confiance à la méthode choisie. Ce défi est commun aux chercheurs, expérimentés ou non, qui utilisent la MTE (Champagne-Poirier, 2019). Plusieurs ont souvent l'impression de revenir sur leur pas (Caty & Hébert, 2019). Ces doutes et ces allers-retours font partie de la démarche méthodologique normale en MTE (Lejeune, 2019). Les nombreux va-et-vient nécessaires à l'approfondissement et à l'émergence des catégories conceptuelles ont été notre principal défi dans le cadre de cette recherche. En ce sens, Caty et Hébert (2009) ont établi des solutions possibles aux principales embûches rencontrées par les chercheurs débutants. Ainsi, elles expliquent que les trois obstacles principaux sont de manœuvrer à travers une quantité importante de données, de terminer la collecte de données et d'être confiant envers son analyse. Elles proposent plusieurs solutions, par exemple, de faire de nombreux retours réflexifs sur

l'analyse, de garder en tête les questions et sous-questions de la recherche, de comparer son échantillon avec d'autres recherches qui présentent des cas extrêmes, de prendre du recul ou encore de rédiger de nombreux mémos (voir tableau 3).

Tableau 3 – Difficultés de la MTE et solutions (source : Caty & Hébert, 2009)

Manceuvrer à travers la montagne de données	Terminer la collecte des données	Être confiant en son analyse
<ul style="list-style-type: none"> • Recourir à la théorisation ludique • Effectuer des retours réflexifs sur l'analyse • Se focaliser sur les questions et sous-questions de recherche 	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte l'échantillonnage théorique avec cas extrêmes • Prendre du recul par rapport aux données analysées 	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger de nombreux mémos • Utiliser des cartes conceptuelles

Finalement, la méthode proposée par la MTE nous a permis d'affiner nos compétences en tant que chercheure et s'est révélée très formatrice. La MTE est cependant beaucoup plus longue et ardue en raison des doutes et des va-et-vient qui vont de pair avec celle-ci. Bien qu'elle demeure accessible à tous les chercheurs, débutants ou expérimentés, elle nécessite certainement plus de détermination et un bon encadrement.

3.5 Limites des choix méthodologiques

Comme nous l'évoquions précédemment, la méthode d'analyse des données que nous avons choisie demeure empreinte de notre interprétation. Ainsi, nous croyons que nos résultats sont le reflet de notre compréhension du contenu des émissions, bien que

nous ayons fait attention de demeurer le plus neutre possible. Lorsqu'il est question d'analyse qualitative, il est normal qu'une certaine subjectivité demeure (Leray, 2008). Nos résultats sont donc le portrait que nous avons dressé d'une partie des contenus véhiculés par les radios parlées pendant la campagne. Celui-ci correspond à notre compréhension personnelle des informations partagées par les différents intervenants. Il est donc important de mentionner que nos résultats ne sont pas généralisables. Un autre chercheur pourrait arriver avec des conclusions différentes, quoique tout aussi valables. D'ailleurs, bien que la quantité d'information analysée soit substantielle, elle aurait pu être supérieure avec plus de ressources et de temps. C'est un des principaux défis des chercheurs en MTE. Ils ont souvent l'impression qu'ils auraient pu en faire davantage (Caty & Hébert, 2019). Cependant, en appliquant le concept de la saturation théorique, ils s'assurent que leur corpus répond aux questions qui guident leur recherche (Champagne-Poirier, 2019).

4. Présentation des résultats

Dans ce chapitre, nous présentons les résultats de notre recherche. L'analyse de notre corpus nous a permis de faire émerger six catégories de thèmes abordés dans les émissions : les chefs, les principaux partis, les enjeux de la campagne, les débats, les sondages et le travail des médias québécois.

Premièrement, la catégorie portant sur la couverture journalistique des chefs a permis de regrouper toutes les informations qui ont été dites sur un ou plusieurs représentants des quatre partis principaux¹⁸. Nous avons identifié cinq sous-catégories à celle-ci, présentes dans chacune des émissions. Les intervenants ont soulevé des critiques concernant les promesses de tous les chefs, c'est-à-dire sur les idées présentées dans chacune de leurs plateformes. Ils ont discuté du déroulement de la campagne, plus précisément si celle-ci se déroulait bien ou non. Ils ont fourni des explications et analysé les stratégies politiques, c'est-à-dire les façons dont les chefs allaient tenter de se faire élire. Pour finir, ils ont effectué des retours sur les performances pendant les débats et ont critiqué les aptitudes et les comportements des chefs. Deuxièmement, la catégorie des principaux partis politiques témoigne de ce qui a été dit sur ceux-ci, telle que leur orientation idéologique ou les critiques sur les candidats autres que les chefs. Troisièmement, la catégorie de la couverture journalistique des enjeux inclut des sujets tels que l'immigration,

¹⁸ Les partis secondaires n'ont pas été abordés dans l'échantillon que nous avons analysé.

la santé ou l'économie. Les intervenants proposent leur analyse pour chacune des sous-catégories. Quatrièmement, la catégorie de la couverture journalistique des débats porte sur la pertinence de ceux-ci dans une société démocratique. Cinquièmement, la catégorie des sondages a mis en lumière la pertinence de ceux-ci pendant la campagne électorale, leur fiabilité et les différents résultats. Finalement, la catégorie portant sur la couverture médiatique de la campagne a fait émerger les critiques sur le travail des autres médias. Par exemple, les intervenants sont parfois revenus sur les interventions des modérateurs pendant les débats. C'est aussi la seule catégorie qui n'est pas présente dans toutes les émissions du corpus. Dans les prochaines pages, nous présentons les résultats pour chacune des émissions et terminons en faisant une analyse globale de la couverture.

4.1 Présentation des résultats pour l'émission *Bouchard en parle*

Les six catégories qui ont émergées de notre analyse se retrouvent dans l'émission *Bouchard en parle*¹⁹ diffusée dans la région de Québec. Ainsi, les intervenants ont discuté des chefs, des partis principaux, des enjeux de la campagne, des sondages, des débats, et finalement, du travail des médias québécois. Dans la section qui suit, nous analysons et explicitons chacune des six catégories et des sous-catégories.

4.1.1 Couverture journalistique des chefs

À l'intérieur de la catégorie portant sur la couverture journalistique des chefs dans l'émission *Bouchard en parle*, cinq sous-catégories sont ressorties. Les thèmes abordés

¹⁹ Un tableau synthèse récapitulatif des thèmes discutés dans l'émission se trouve en Annexe I.

dans l'émission sont : les promesses, le déroulement de la campagne, les stratégies politiques, les performances pendant les débats ainsi que les aptitudes et les comportements des chefs (voir tableau 4).

Tableau 4 — Synthèse de la catégorie « couverture journalistique des chefs » dans l'émission *Bouchard en parle*

Critiques des promesses des chefs	Les promesses de Massé et de Legault ne sont pas crédibles.
	Les promesses des chefs sont vagues et similaires, sauf pour leur vision de l'identité québécoise.
	La promesse du PQ de revoir la loi du plus bas soumissionnaire est intéressante.
	La proposition de Massé sur la Commission sur le racisme systémique est inutile.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	La carrière politique des chefs est en jeu.
	La campagne de Couillard est bonne. Son commentaire à propos de l'épicerie à 75 \$ n'est pas une preuve de son insensibilité envers les pauvres.
	Legault a rencontré plusieurs difficultés en lien avec l'immigration, entre autres.
	Lisée n'est pas reconnu à sa juste valeur.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Couillard doit se présenter comme le seul candidat capable d'être premier ministre. Il tente de faire peur à la population avec l'enjeu de l'immigration.
	Legault doit incarner le changement et être sincère. Ses aspirations politiques ne sont pas claires. Il ajuste son discours selon les régions où il va.
	Massé doit mieux expliquer son programme et demeurer sincère.
	Lisée doit parler avec son cœur et aller chercher des votes chez les autres partis. S'il attaque Massé dans le dernier débat, il renonce à être premier ministre.
	Les intervenants mettent en garde contre la stratégie des partis d'inonder les lignes radio lors des tribunes téléphoniques afin de favoriser les commentaires positifs de la part de leurs partisans.
Retour sur la performance des chefs dans les débats	Couillard aurait pu davantage attaquer les autres chefs, mais a bien paru dans les débats.
	Legault a fait plusieurs bons coups dans les débats et il a gagné le dernier.
	Lisée a été moins bon que les autres chefs et a fait plusieurs faux pas.
	Les performances de Massé étaient sincères, mais elle n'a pas assez pris sa place dans les débats.
Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard est généralement calme et doux, mais a paru fâché dans le dernier débat.
	Legault est agressif envers Couillard et manque d'empathie envers les immigrants.
	Lisée est souvent agressif dans les débats et manque de décorum.
	Massé est à l'aise, charismatique et sincère.
	Tous les chefs devraient être parfaitement bilingues.

Ces sous-catégories ont permis de déterminer que la couverture était globalement équilibrée. Chacun des chefs des principaux partis a reçu de l'attention de la part des intervenants. Dans la partie qui suit, ces interprétations sont explicitées et exemplifiées.

Critiques des promesses des chefs

Notre analyse qualitative nous a permis de mettre en évidence les critiques des promesses de chacun des chefs. En ce sens, nous avons déterminé que la couverture est équilibrée puisque les idées de chacun d'entre eux ont été discutées. Le contenu des interventions des animateurs et des chroniqueurs a révélé qu'ils ont souligné positivement les promesses qui appartenaient ou se rapprochaient d'une idéologie de la droite²⁰ telle que la proposition de la CAQ de retirer 5 000 postes de la fonction publique par attrition et de baisser le fardeau fiscal des contribuables. D'un autre côté, ils ont accueilli défavorablement les propositions idéologiquement plus à gauche²¹ comme la proposition de Massé de créer une Commission sur le racisme systémique : « Il n'y en a pas de système raciste. Il y a du racisme et de la discrimination, mais lâchez-nous avec le système raciste » (*Bouchard en parle*, 21 septembre 2018). Finalement, les intervenants ont plus particulièrement remis en question la crédibilité des promesses de Legault et de Massé; notamment en soulignant l'amateurisme du premier et le manque de sérieux des promesses

²⁰ Les idéologies politiques qui appartiennent au clivage de droite sont, par exemple, le conservatisme ou le libertarianisme. L'idéologie conservatrice accorde beaucoup d'importance à « préserver » l'ordre de la société (Parenteau & Parenteau, 2008, p. 65). Les valeurs qui y sont rattachées sont, par exemple : le respect des traditions, la hiérarchie sociale, le moralisme et la cohésion sociale (Parenteau & Parenteau, 2008, p. 68). L'idéologie libertarienne, quant à elle, place l'économie au centre de ses préoccupations et préfère une présence minimale de l'État (Parenteau & Parenteau, 2008, p. 117). Les libertés individuelles sont aussi très importantes pour les tenants de cette idéologie. Les clivages politiques sont très complexes, voir Parenteau et Parenteau (2008) pour plus de détails.

²¹ Les idéologies qui appartiennent au clivage de la gauche sont par exemple, les déclinaisons du socialisme et du communisme (Parenteau & Parenteau, 2008, p. 83). Les idéologies de gauche ont des idées maîtresses communes telles que l'égalité, la liberté, l'abolition des classes sociales et l'anticapitalisme (Parenteau & Parenteau, 2008, p. 88). Encore une fois, pour mieux comprendre le clivage de gauche, voir Parenteau et Parenteau (2008).

de la seconde. Leur couverture journalistique est donc teintée par leurs préférences politiques et idéologiques.

Analyse du déroulement de la campagne des chefs

Au-delà des promesses, nous avons identifié des analyses du déroulement de la campagne de chacun des chefs. Ainsi, les interlocuteurs ont pris position en faveur de Couillard dans la controverse entourant son commentaire sur l'épicerie à 75 \$²². Selon eux, ses propos ont mal été compris et ce dernier n'a pas été insensible envers les pauvres. Les intervenants ont discuté du déroulement de la campagne de tous les chefs, sauf de celle de Massé. La couverture journalistique de notre échantillon n'a donc pas été équilibrée. Ce choix peut être expliqué par la position des interlocuteurs sur l'importance stratégique de la campagne de Massé présentée dans la section qui suit.

Explication et analyse des stratégies politiques des chefs

La sous-catégorie dans laquelle les intervenants expliquent et analysent les stratégies politiques nous a, entre autres, permis de mieux comprendre pourquoi le déroulement de la campagne de Massé a été passé sous silence. À ce sujet, les interlocuteurs soulignent que la cheffe de QS n'a pas la même pression que les autres parce que son but n'est pas de devenir première ministre. Le déroulement de sa campagne n'a donc pas la même importance selon eux. De plus, ils ont particulièrement remis en question les choix stratégiques de Legault. Ils évoquent que celui-ci a souvent changé de priorité et

²² Voir la section intitulée 1.4 « Contexte des élections » pour plus de détails concernant cette controverse.

d'aspiration pendant sa carrière et que les raisons pour lesquelles il souhaite devenir premier ministre ne sont pas claires. Ils notent d'ailleurs que Legault semble vouloir plaire à Montréal en ajustant son discours lorsqu'il est de passage dans cette région.

À travers l'analyse des stratégies politiques, les intervenants se présentent comme des experts politiques. Ainsi, ils formulent des conseils sur l'attitude à adopter pour les prochains débats, qui des autres partis chacun des chefs doit attaquer, ou encore, à quelle émotion recourir ou non pour réussir à aller chercher plus de votes. Les interlocuteurs expliquent que les partis tentent d'influencer la couverture médiatique. Par exemple, ils mandatent des bénévoles pour appeler les différentes stations lors des tribunes téléphoniques. De cette façon, ils s'assurent d'avoir des commentaires positifs formulés à leur endroit. L'animateur rassure ensuite ses auditeurs : l'information qui leur est présentée n'est pas influencée par les diverses stratégies des partis.

Retour sur la performance des chefs pendant les débats

Tout comme l'analyse sur les promesses, les interventions sur les performances des chefs pendant les débats ont été équilibrées. Ainsi, les intervenants ont discuté des performances de chacun des chefs. D'un autre côté, ils ont particulièrement discuté la question de Lisée à propos de la gouvernance de QS²³. L'animateur et son chroniqueur ont expliqué en détail la situation en mettant l'accent sur l'embarras dans lequel QS était plongé. Ils mentionnent alors que ce n'est « pas normal » de ne pas connaître le vrai chef

²³ Le chef du PQ a demandé à Massé qui était Gaétan Châteauneuf, la personne inscrite en tant que chef de QS dans le registre du Directeur général des élections. Il a donc remis en question l'autorité de Massé à représenter QS dans la campagne.

du parti. Il faut noter que Sylvain Bouchard est reconnu pour ne pas être partisan de QS. Il a souvent été au centre de controverses reliées à ce parti, notamment lorsqu'il a accusé Françoise David d'être une cheffe soviétique²⁴. Il explique d'ailleurs que ses idées de droite l'empêchent de voter pour un parti plus à gauche : « [...] c'est complètement illogique avec mes idées de droite, de voter pour un parti gauchiste²⁵ » (*Bouchard en parle*, 18 septembre 2018).

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs

Finalement, tout comme les promesses, les intervenants ont critiqué les aptitudes et les comportements de chacun des chefs. Cependant, ils ont eu tendance à discuter plus négativement de la compétence de Legault et plus positivement des qualités interpersonnelles de Massé. Par exemple, les interlocuteurs expliquent que Legault n'est pas capable de répondre aux questions des journalistes sur l'immigration, bien qu'il aille une équipe d'expérience avec lui. Ils mentionnent d'ailleurs que plusieurs personnes ont des interrogations sur sa compétence et sa capacité à devenir premier ministre. Par contre, ils évoquent l'aisance, le charisme et la sincérité de Massé. Ils ne soulèvent pas d'aptitude insuffisante ou de comportement à améliorer. Ils ont donc des propos favorables à l'endroit de la cheffe d'un parti de gauche, alors qu'ils soutiennent normalement les idées de droite.

²⁴ Voir la section intitulée 1.1 pour plus de détails.

²⁵ Il explique d'ailleurs que les quatre partis principaux sont gauchistes, pour plus de détail voir la section 4.2.

4.1.2 Couverture journalistique des principaux partis

Par la suite, dans la catégorie portant sur l'analyse des principaux partis politiques, nous avons identifié une sous-catégorie : celle des critiques à propos de l'orientation idéologique des partis (leur articulation sur l'axe gauche-droite). Ces dernières témoignent de la préférence politique des intervenants. Par exemple, ceux-ci ont présenté les quatre partis principaux comme des « gauchistes ». Ils utilisent alors ce terme de manière négative puisqu'il fait référence à l'extrême gauche²⁶ (Usito, n.d.) et qu'ils sont partisans de la droite. Pour continuer, ils n'arrivent pas à un consensus sur l'articulation de l'idéologie de la CAQ : gauche, centre ou centre-droite. De plus, ils soulignent que le programme de QS se rapproche d'un régime communiste en raison de l'omniprésence de l'État dans leurs propositions : « Dans certains cas, on s'approchait vraiment d'un régime communiste. J'ai bien dit : s'approcherait. » (*Bouchard en parle*, 21 septembre 2018) Comme nous l'avons mentionné précédemment, ce n'est pas la première fois que Bouchard accuse QS, ou un de ses membres, d'être communiste (Conseil de presse du Québec, 2010).

4.1.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne

Dans la catégorie portant sur la couverture journalistique des enjeux de la campagne dans l'émission *Bouchard en parle*, six sous-catégories sont ressorties. Tout d'abord, nous avons relevé que les interlocuteurs ont analysé l'enjeu de l'immigration. Ils ont aussi fait une analyse de la question du transport, plus particulièrement de la nécessité de construire

²⁶ Les idéologies qui appartiennent au clivage de l'extrême-gauche sont, par exemple, les idéologies anarchistes. Les idées maîtresses reposent sur le rejet de toutes les formes d'autorité politique, sur l'égalité et sur le rejet de toutes les formes de propriétés (Parenteau & Parenteau, 2008, p. 106).

un troisième lien afin de faciliter les déplacements entre la Rive-Sud de Québec et la ville de Québec (Bourque, 2019). Ils ont formulé des critiques sur la place du gouvernement dans la société, c'est-à-dire du contrôle exercé par l'État sur la vie des citoyens. De plus, ils ont abordé l'enjeu du fonctionnement du système de santé et celui du port de signes religieux. Finalement, ils ont constaté que les citoyens ne s'intéressaient pas à la campagne. Le tableau 5 présente le contenu abordé dans l'émission.

Tableau 5 — Synthèse du contenu de la catégorie « couverture journalistique des enjeux de la campagne » dans l'émission *Bouchard en parle*

Analyse de l'enjeu de l'immigration	Les immigrants acceptés au Québec doivent parler français, pouvoir travailler et respecter les valeurs québécoises.
	L'immigration est en enjeu important de la campagne.
	La politique d'immigration de Legault n'est pas claire.
Analyse de l'enjeu du troisième lien	Le troisième lien est nécessaire pour la région de Québec.
	Les plans de la CAQ et du PLQ pour la construction du troisième lien ne sont pas clairs.
	La promesse de construire un troisième lien permet aux partis de récolter plus de votes dans la région de Québec.
	Les promesses de la CAQ sont « gauchistes » puisqu'elles s'appuient sur de grosses dépenses de la part du gouvernement.
Critiques de la place du gouvernement dans la société	L'État est omniprésent dans la vie des Québécois.
	Le rôle du gouvernement ne devrait pas être aussi important dans la société québécoise.
Critiques du système de santé	Il devrait y avoir plus de place pour le privé dans le domaine de la santé.
	Les médecins devraient être rémunérés selon leur mérite.
	La bureaucratie ralentit le système de santé.
	Le système de santé ne s'améliore pas malgré les nombreuses réformes.
Analyse de l'enjeu du port de signe religieux	La burqa devrait être interdite au Québec.
	L'économie est plus importante que la question du port de signe religieux.
Analyse de l'intérêt des gens envers la politique	Les citoyens ne s'intéressent pas à la politique.
	Les citoyens ne regardent pas les débats.

Notre analyse nous a, encore une fois, permis de faire ressortir l'approche journalistique qui tend principalement vers l'opinion. La vision politique des intervenants,

notamment le rejet des interventions étatiques, a teinté la couverture. D'un autre côté, les enjeux n'ont pas été abordés en profondeur. Les prochains paragraphes explicitent et exemplifient les différents enjeux qui ont été discutés dans notre corpus.

Analyse de l'enjeu de l'immigration

L'immigration est une des sous-catégories qui a émergé des enjeux de la campagne. Les intervenants de l'émission se sont positionnés en faveur d'un système de sélection des immigrants plus strict. Ils ont expliqué leur vision de l'immigration au Québec :

Je suis pour l'immigration, mais j'ai mes conditions. Je veux que ça se fasse bien, en français, selon nos valeurs, avec des possibilités de job. Grosso modo, ces trois affaires-là. Et puis, je pense que ça fait un peu consensus. (*Bouchard en parle*, 13 septembre 2018)

Ils donnent alors leur opinion tout en respectant les balises présentées dans les différents guides déontologiques. Ils la mettent en contexte et leur raisonnement est intelligible. De plus, l'animateur prend position en faveur de la plateforme de Legault, malgré les incohérences soulevées par ses collaborateurs. Il explique alors que, selon lui, la mauvaise compréhension des idées de Legault relève d'un manque de bon vouloir de la part de la population et des journalistes.

Analyse de l'enjeu du transport

Ensuite, la question du troisième lien a soulevé plusieurs discussions. Les interlocuteurs expliquent qu'il est essentiel au développement de la mobilité dans la région de Québec, et qu'aucun parti ne l'a défendu suffisamment pendant la campagne. Ils se positionnent en faveur du projet. Ils mentionnent même qu'il est crucial à leurs yeux. Il est

important de rappeler que l'émission *Bouchard en parle* est produite et diffusée dans la région de Québec. L'animateur et ses invités défendent donc un projet local et déplorent du même fait que les candidats ne s'y intéressent pas suffisamment. Leur couverture a donc un angle régional.

Critiques de la place du gouvernement dans la société

La question de la place de l'État dans la société est souvent revenue dans notre analyse. Ainsi, nos résultats nous permettent de constater le rejet de la bureaucratie et du contrôle étatique par les intervenants. Leur vision idéologique axée sur le libre marché et les libertés individuelles teinte leurs interventions à propos de la campagne électorale. Par exemple, l'animateur revient sur les questions posées par les citoyens²⁷ lors du premier débat et infantilise leurs propos afin d'illustrer son opinion :

Vous allez faire quoi pour moi? Qu'est-ce que l'État va faire pour moi? Il y en a un que c'est les enfants, l'autre c'est les gens malades, l'autre c'est les profs. C'est correct là, mais c'est toujours la même question. Il n'y a personne qui demande un peu plus de liberté, plus d'argent dans ses poches, plus de respect, non, non. Qu'est-ce que l'État, qu'est-ce que le « gouverne-maman » va faire pour moi? C'est tous des enfants hier qui se sont adressés aux candidats. Vous allez faire quoi maman, « gouverne-maman »? (*Bouchard en parle*, 14 septembre 2018)

L'utilisation de la moquerie pour présenter son point de vue soulève des questionnements quant à l'éthique journalistique, puisque cette façon d'exprimer une opinion peut heurter la

²⁷ Lors du premier débat diffusé sur les ondes de Radio-Canada, des citoyens ont été invités à poser des questions en direct aux quatre chefs.

sensibilité de certains auditeurs. Néanmoins, elle met en lumière une opinion claire de la part de l'animateur.

Critiques du système de santé

Pour continuer, les intervenants ont critiqué le système de santé du Québec. Leurs critiques témoignent de leur opinion négative envers le fonctionnement actuel. Les solutions proposées incluent de laisser plus de place au privé, ce qui est directement en lien avec leur rejet du contrôle gouvernemental. Ils justifient leur opinion en faisant des liens avec leur expérience personnelle et en faisant parfois des raccourcis pour présenter des solutions simples à des problèmes complexes. Par exemple, ils remettent en question le mode de rémunération des médecins; ils proposent de les rémunérer selon leur mérite. Cependant, cette question est beaucoup plus complexe qu'ils ne le laissent paraître (Hébert, 2016). Ils ne présentent donc pas un portrait complet de l'enjeu.

Analyse de l'enjeu du port de signe religieux

Le port de signe religieux a soulevé quelques discussions qui se sont concentrées autour du port du voile. Ainsi, les intervenants expliquent que, selon eux, il faudrait interdire le port de la burqa au Québec :

On est un pays de libertés. Hidjab, oui, burqa, niqab, c'est non. Ça va envoyer un message clair à tous les gens dans plein de pays, que vous n'avez pas votre place ici si vous êtes un radical, de n'importe quelle religion en passant. (*Bouchard en parle*, 14 septembre 2018)

Encore une fois, la présentation de leur point de vue témoigne de leur vision idéologique axée sur les libertés.

Analyse de l'intérêt des gens envers la politique

En plus du port de signe religieux, les intervenants ont rapidement discuté de l'intérêt des citoyens envers la politique et l'actualité en général. Notre analyse révèle qu'ils ont tendance à minimiser cet intérêt. L'animateur explique que la population n'a pas le temps de regarder le débat, puisqu'elle est trop occupée avec ses obligations familiales et personnelles. Néanmoins, les débats politiques et l'actualité sont abondamment discutés dans son émission.

4.1.4 Couverture journalistique des débats

La catégorie portant sur la couverture journalistique des débats a permis d'identifier les réflexions que l'animateur et ses invités ont eues à propos de leur pertinence. Elles permettent de faire émerger leur vision parfois réductrice de leur rôle. Ils ont tendance à minimiser leur importance, bien qu'ils en discutent abondamment en ondes. Pour eux, ces événements n'apportent rien à la campagne puisqu'aucune information nouvelle n'y est présentée. À titre d'exemple, ils réduisent leur importance aux 20 premières minutes de leur diffusion. Pour finir, les interlocuteurs ne s'entendent pas sur la pertinence d'un débat en anglais. Une des collaboratrices souligne d'ailleurs qu'elle croit qu'il va ressembler à un « show d'humour ».

4.1.5 Couverture journalistique des sondages

Ensuite, la catégorie portant sur la couverture journalistique des sondages a permis de relever les critiques sur leur fiabilité. Néanmoins, les intervenants énumèrent les différents résultats au fur et à mesure qu'ils sont publiés. Leur couverture journalistique

met donc en lumière une contradiction : ils mettent en garde contre les faiblesses des sondages, mais se font un devoir de systématiquement présenter leurs résultats.

En ce sens, les intervenants se sont montrés critiques avec les résultats d'un sondage et ont tenté de mettre en garde les auditeurs sur d'éventuels biais méthodologiques. Ils ont explicité la méthodologie utilisée par la firme CROP pour un sondage publié dans la semaine du 17 septembre 2018. Ils mentionnent que les résultats peuvent souvent s'avérer incorrects tant qu'ils n'ont pas été confirmés par d'autres sondages. Leur appel à la prudence s'inscrit dans un constat plus large : un sondage pris individuellement ne peut déterminer une nouvelle tendance, selon eux. D'un autre côté, les intervenants ont systématiquement énoncé quel était le positionnement des partis principaux selon les sondages. Cette couverture journalistique témoigne donc de l'importance qu'ils accordent à ceux-ci. D'ailleurs, cela démontre qu'ils se font un devoir journalistique de tenir leurs auditeurs au courant des intentions de vote de la population.

4.1.6 Couverture médiatique de la campagne

Finalement, notre analyse qualitative nous a permis de mieux comprendre la posture journalistique de l'animateur et de ses invités à travers les critiques qu'ils ont formulées à l'endroit de la couverture médiatique de la campagne. Deux sous-catégories ont émergé de notre analyse, c'est-à-dire les critiques formulées à l'endroit du travail des modérateurs dans les débats et celles sur le contenu de la couverture médiatique (voir tableau 6).

Tableau 6 — Synthèse du contenu de la catégorie « couverture médiatique de la campagne » dans l'émission *Bouchard en parle*

Critiques du travail des modérateurs dans les débats	Les modératrices ont fait un très bon travail dans le débat en anglais.
	Pierre Bruneau était très subjectif dans son travail de modérateur lors du dernier débat.
Critiques sur le contenu de la couverture médiatique	Les médias sont biaisés positivement envers le PQ et négativement envers la CAQ.
	Les médias parlent trop des controverses sur les candidats, et pas assez des enjeux.
	Les médias nationaux ne parlent pas assez des enjeux régionaux dans la campagne.
	Les médias n'ont pas donné assez de place à l'enjeu de l'économie dans la campagne.

Ces sous-catégories nous ont permis de constater que l'animateur et ses collaborateurs considèrent que les modérateurs des débats peuvent faciliter ou nuire à la compréhension des échanges. De plus, les intervenants se questionnent sur l'équité et l'équilibre de la couverture médiatique de la campagne. Ce point est intéressant puisqu'eux-mêmes ne se considèrent pas toujours comme des journalistes, comme c'est le cas de plusieurs animateurs de radio parlée. Les paragraphes qui suivent explicitent plus en détail nos analyses.

Les critiques du travail des modérateurs nous ont permis de constater que les intervenants considèrent que ces derniers ont un rôle important à jouer dans la compréhension des échanges. À titre d'exemple, ils ont trouvé le travail des modératrices du débat en anglais excellent. D'un autre côté, les intervenants ont plutôt déploré le travail du modérateur du dernier débat. Ils ont trouvé que Pierre Bruneau, du réseau TVA, a posé trop de questions et qu'il participait trop. Ils n'ont cependant pas discuté du travail du modérateur du premier débat.

En plus de cela, notre analyse nous a permis de relever plusieurs critiques portant sur le travail des médias et des journalistes dans le cadre des élections. Les intervenants se

sont questionnés sur l'équité et l'équilibre de la couverture médiatique de la campagne. À titre d'exemple, un des auditeurs de la station a reproché aux médias de ne pas assez parler d'Adrien Pouliot, le chef du Parti conservateur du Québec. Ce à quoi un des animateurs a répondu que ce parti n'avait pas de représentant à l'Assemblée nationale ce qui rendait sa couverture moins justifiable. Ce commentaire dénote une compréhension de la part de l'animateur par rapport à son rôle dans l'espace médiatique. Il rejoint aussi le principe d'équité et d'équilibre dans la couverture journalistique, tel que l'explique le CRTC (2018). Ainsi, le temps accordé à chacun des partis doit être équitable et équilibré dans la mesure du possible sur l'ensemble de la couverture de la campagne.

À un autre moment, les intervenants critiquent la subjectivité des médias, notamment en raison de leur choix de questions envers Legault à propos de l'immigration : « Est-ce qu'on assiste à une forme de *putsch* ou de tentative de détourner l'élection de la part de certains médias biaisés? » (*Bouchard en parle*, 20 septembre 2018). De plus, ils soulignent que la couverture de certains n'est pas représentative des intérêts de la population : « Mais ça démontre à quel point on est loin de la population. On est loin de ce que vraiment les individus veulent entendre, les enjeux dont on veut voir les chefs débattre [sic]. » (*Bouchard en parle*, 13 septembre 2018) Ils remettent donc en question l'agenda des médias.

En conclusion, les résultats qui ont émergé des six catégories nous ont permis de dresser quelques constats concernant l'émission *Bouchard en parle*. Ainsi, les catégories portant sur la couverture journalistique des chefs et de leur parti ont révélé que les

intervenants ont construit un discours plutôt équilibré. Concernant les enjeux, Legault a particulièrement fait l'objet de critiques, notamment à propos de sa plateforme sur l'immigration. De plus, le contenu analysé révèle que l'approche journalistique de l'émission est axée sur l'opinion des différents intervenants. De surcroît, leur couverture témoigne de l'importance qu'ils accordent aux enjeux régionaux et de leur penchant politique vers les idéologies de droite.

4.2 Présentation des résultats pour l'émission *Gravel le matin*

La partie qui suit dresse le portrait des catégories qui ont émergé de notre analyse de l'émission *Gravel le matin*²⁸ diffusée dans la région de Montréal. Les intervenants de l'émission y ont discuté des chefs, de leur parti, des enjeux de la campagne, des débats, et finalement, des sondages. Il s'agit de la seule émission du corpus qui n'a pas abordé la question de la couverture médiatique de la campagne. Dans la section qui suit, nous analysons et explicitons chacune des sous-catégories qui nous ont permis de dresser le portrait de la couverture journalistique de l'émission.

4.2.1 Couverture journalistique des chefs

La catégorie de la couverture journalistique des chefs nous a permis d'identifier les cinq sous-catégories mentionnées au début du chapitre et que l'on retrouve au tableau 7.

²⁸ Voir Annexe II pour le tableau récapitulatif du contenu présenté dans l'émission *Gravel le matin*.

Tableau 7 — Synthèse du contenu de la catégorie « couverture journalistique des chefs » dans l'émission *Gravel le matin*

Critiques des promesses des chefs	Les promesses des chefs sont abondantes et généreuses.
	Les promesses des chefs ne sont pas bien expliquées pendant les débats.
	Les promesses de QS et de la CAQ incarnent le changement.
	La CAQ tente de couper dans les services aux citoyens en proposant de supprimer des postes de la fonction publique.
	Les promesses de la CAQ sont trop ambitieuses.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	Couillard n'obtient pas un bon résultat en ce qui concerne sa popularité à la Boussole électorale.
	Legault semble apprécié par les citoyens, mais son après-débat en anglais ne se déroule pas bien.
	La moins bonne performance de Lisée dans le dernier débat a affecté sa campagne.
	La campagne de Massé se déroule très bien.
	Couillard a fait un faux pas avec son commentaire sur l'épicerie à 75 \$.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Couillard doit se préparer à être au centre des attaques du premier débat et doit aller chercher le vote francophone pour réussir à se faire élire.
	Legault a commencé la campagne en force, mais ses nombreux faux pas lui ont nui et il doit offrir une très bonne performance dans le dernier débat pour se rattraper.
	Lisée a beaucoup de pression et doit réussir à aller chercher des votes chez QS pour se faire élire.
	Massé doit défendre la crédibilité de son programme
	Les chefs doivent tenter de connecter avec leurs électeurs et être moins cacophoniques dans les débats.
	Tous les chefs tentent de faire paraître Legault désorganisé.
Retour sur la performance des chefs pendant les débats	Couillard n'a pas réussi à s'illustrer dans les débats.
	Legault s'est illustré lors du dernier débat.
	Lisée s'est bien sorti des deux premiers débats.
	Massé a offert de belles performances dans les débats malgré ses difficultés avec l'anglais.
	Les chefs étaient tous bien préparés lors des débats.
Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard est calme, mais est trop sur la défensive.
	Lisée semble avoir du plaisir dans la campagne, mais est parfois trop agressif.
	Massé a un ton doux et réconfortant. Elle a fait preuve de courage en participant au débat en anglais malgré ses difficultés à s'exprimer dans cette langue.
	Legault n'est pas toujours souriant. Sa compétence semble faire consensus dans les résultats de la Boussole électorale. Il n'a pas toujours été en mesure de bien répondre aux questions sur la plateforme concernant l'immigration.

L'analyse de ces sous-catégories a permis de déterminer que les intervenants de l'émission ont réalisé une couverture journalistique relativement équilibrée. Néanmoins, plusieurs critiques ont été formulées à l'endroit de Legault. Il était souvent au cœur des analyses de l'émission. D'un autre côté, Massé a bénéficié d'une couverture assez positive. Leurs pratiques journalistiques concordent avec celles du journalisme d'opinion. Les paragraphes qui suivent explicitent plus en détail les différentes sous-catégories.

Critiques des promesses des chefs

Les critiques des promesses nous ont permis de révéler une couverture équilibrée. En effet, les idées de chacun des chefs ont été présentées et discutées. Les intervenants ont aussi évoqué le caractère nouveau de certaines propositions de QS et de la CAQ, sans pour autant spécifier lesquelles.

Vous savez, on a beaucoup parlé du fait qu'il y avait des gens qui semblaient être passés, au fil de la dernière semaine, de la Coalition avenir Québec à Québec solidaire, ce qui semble être un long voyage idéologique. Mais en écoutant le débat hier, je me suis dit : il y a quand même un point commun entre les deux : ce sont les deux partis qui proposent le plus ou tentent le plus de faire rêver dans des créneaux complètement différents. (*Gravel le matin*, 21 septembre 2018)

Leurs explications à ce sujet manquent quelque peu de mise en contexte afin de fournir un portrait clair et intelligible. Finalement, les interlocuteurs ont critiqué quelques promesses de la CAQ et ont expliqué que celles-ci étaient trop ambitieuses et que le parti ne pourrait pas les respecter s'il était élu. La couverture médiatique des promesses, bien qu'elle soit équilibrée, a tout de même été axée envers la CAQ.

Analyse du déroulement de la campagne des chefs

L'analyse du déroulement de la campagne s'est aussi révélée être équilibrée puisque celle de chacun des chefs a été présentée et analysée. Les intervenants ont utilisé la Boussole électorale²⁹ afin d'observer le déroulement de la campagne et évaluer la popularité de chacun des chefs. Il est important de souligner que l'utilisation de ces outils Web en contexte électoral ne fait pas consensus auprès de la communauté scientifique. En effet, plusieurs auteurs émettent des réticences, notamment en raison des possibles biais méthodologiques tels que le manque de représentativité des répondants (Montigny, Gélneau, & Pétry, 2015, pp. 281-282). Finalement, les intervenants sont revenus sur la controverse concernant le commentaire de Couillard sur l'épicerie à 75 \$³⁰ en infirmant catégoriquement les propos du chef libéral. Ils ont donc pris position en défaveur de son commentaire.

Explication et analyse des stratégies politiques des chefs et de leur parti

Pour continuer, les explications et l'analyse des stratégies politiques par les intervenants de l'émission ont principalement fait l'objet de conseils pour les chefs, de façon équilibrée. Ainsi, les interlocuteurs ont analysé quel candidat chacun devait attaquer ou non, comment ils pouvaient récolter plus de votes, ou encore quel débat était déterminant pour leur campagne, par exemple. Ces analyses présentent les intervenants comme des

²⁹ La Boussole électorale est un outil que Radio-Canada met à disposition de la population lors des campagnes électorales. Il permet aux utilisateurs de comparer leurs positions politiques par rapport aux différents partis (Radio-Canada, 2019).

³⁰ Voir la section 1.4 pour plus de détails sur cet événement.

experts et sont teintées de leur opinion. De manière générale, l'animateur et ses collaborateurs expliquent que tous les chefs tentent de mettre l'étiquette « désorganisé » à Legault.

Retour sur la performance des chefs pendant les débats

Ensuite, les intervenants ont systématiquement fait des retours sur la performance des chefs à la suite de chacun des débats. Ils ont donc parlé de chacun d'entre eux afin de faire le portrait de leur performance. Celles de Couillard et Lisée ont été accueillies moins positivement que celles de Legault et Massé. Celle-ci est d'ailleurs la seule qui a toujours eu de bons débats, selon eux. De manière générale, ils ont souligné la bonne préparation des chefs et mentionné qu'ils n'étaient pas des « Doug Ford »³¹, en faisant référence à son style politique peu orthodoxe (Radio-Canada, 2018b). Leur couverture journalistique a, encore une fois, été équilibrée en ce qui concerne le corpus analysé.

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs

Pour finir, les intervenants ont discuté des aptitudes nécessaires pour devenir premier ministre et ont critiqué certains comportements des chefs. Sur ce point, la couverture s'est, encore une fois, révélée être équilibrée. Tous les chefs ont fait l'objet de discussions, mais celles envers Massé ont la particularité d'avoir été seulement positives. Les interlocuteurs ont d'ailleurs souligné son ton doux et réconfortant. La compétence de Legault a aussi fait l'objet d'une analyse distincte à l'aide de la Boussole électorale; elle

³¹ Doug Ford, chef du Parti progressiste conservateur, est le premier ministre de l'Ontario. Il est reconnu pour avoir un style politique peu orthodoxe et sans filtre de manière générale (Radio-Canada, 2018b).

semblait faire consensus selon les résultats. D'un autre côté, les intervenants ont remis en question la crédibilité du chef de la CAQ à la suite de ses faux pas sur l'immigration. Legault a été la cible des principales critiques formulées à l'endroit des chefs.

4.2.2 Couverture journalistique des principaux partis

La catégorie portant sur la couverture journalistique des principaux partis a permis de faire émerger une sous-catégorie dans laquelle les intervenants ont discuté de l'absence de confrontation idéologique. En ce sens, les intervenants ont évoqué qu'il y avait moins de confrontation idéologique entre les partis dans cette campagne électorale que dans les précédentes. Les débats n'ont pas porté sur l'habituelle tension qui oppose souverainistes et fédéralistes, selon eux. Ils identifient l'absence de ce clivage comme un caractère distinctif de cette campagne électorale. Leur analyse est claire et intelligible pour les auditeurs.

4.2.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne

La catégorie de la couverture journalistique des enjeux de la campagne nous a permis d'identifier cinq sous-catégories qui correspondent à ce que les intervenants ont abordé dans le cadre de l'émission (voir tableau 8). Ainsi, ils ont discuté de l'importance de la question environnementale. Ils ont abordé les enjeux économiques en mettant l'accent sur l'importance de l'immigration. À ce titre, l'enjeu de l'immigration a aussi fait l'objet d'une analyse, surtout en ce qui a trait à la plateforme de Legault. Ensuite, les intervenants ont discuté du marché de l'emploi, notamment par rapport aux solutions à la pénurie de

main-d'œuvre. Finalement, ils ont abordé les prestations des services publics en mettant l'accent sur la nécessité de les améliorer.

Tableau 8 - Synthèse du contenu de la catégorie « couverture journalistique des enjeux de la campagne » dans l'émission *Gravel le matin*

Analyse de l'enjeu de l'environnement	L'environnement est important et transversal.
	Les intervenants pensent que la CAQ et le PQ ne sont pas des partis pour qui l'environnement est au cœur des préoccupations.
	Les enjeux de mobilité au Québec sont importants pour la lutte contre les gaz à effet de serre.
	Les chefs ne s'engagent pas concrètement pour l'environnement.
Analyse de l'enjeu de l'économie	L'économie n'a pas été au cœur du premier débat.
	L'immigration est au cœur des préoccupations économiques.
	Il est nécessaire d'augmenter les redevances tirées des ressources naturelles.
	Les citoyens veulent moins payer d'impôt, mais avoir plus de services.
	Les réductions d'impôts ne profitent qu'aux gens plus fortunés.
	Tous les chefs s'entendent pour ajouter un point de taxation pour les municipalités.
Analyse de l'enjeu de l'immigration	Le programme de la CAQ à propos de l'immigration manque de clarté.
	La Meute a appuyé les promesses de Legault en matière d'immigration.
	La question de l'immigration a migré vers celle de la pénurie de main-d'œuvre dans la campagne.
Analyse de l'enjeu de l'amélioration du marché de l'emploi	Les solutions possibles à la pénurie de main-d'œuvre sont l'amélioration des conditions de travail, l'immigration et le retour des retraités sur le marché du travail.
	La hausse du salaire minimum à 15 \$ de l'heure serait bénéfique pour les conditions de vie des travailleurs.

Cette catégorie nous a permis de relever une couverture journalistique équilibrée et diversifiée, parfois teintée d'opinions. Le sujet qui transcende chacune des sous-catégories est la question des services aux citoyens. Les intervenants l'ont mis au cœur de leur analyse en questionnant ce que le gouvernement offrait à la population. Dans les paragraphes suivants, nous explicitons et exemplifions chacune de ces sous-catégories.

Analyse de l'enjeu de l'environnement

L'enjeu de l'environnement a été présenté comme étant très important dans la campagne. Les intervenants discutent d'ailleurs de son aspect transversal. Ils expliquent qu'il doit faire partie de toutes les réflexions et que cela nécessite un plan ambitieux et détaillé. Ils soulignent aussi le manque d'engagement des différents partis et leur responsabilité de trouver une solution aux problèmes environnementaux.

Analyse de l'enjeu de l'économie

Ensuite, l'analyse des enjeux économiques dressée par les intervenants place l'immigration au cœur des préoccupations. Cela témoigne de son importance dans la campagne. De plus, le thème des redevances engendrées par les ressources naturelles, particulièrement l'eau, a été discuté en profondeur. Les intervenants ont présenté le contexte et mis en évidence plusieurs points de vue. Ils ont d'ailleurs spécifié que l'argent supplémentaire potentiellement généré par les ressources naturelles permettrait de mieux financer les services sociaux.

Analyse de l'enjeu de l'immigration

L'enjeu de l'immigration a été traité en lien avec la plateforme de Legault. Les intervenants ont critiqué le manque de clarté de celle-ci. Ils ont d'ailleurs mentionné l'appui de La Meute³² envers la politique d'immigration présentée par la CAQ. Les

³² La Meute est un groupe d'extrême-droite québécois (Potvin, 2017). Les membres dénoncent principalement les décisions gouvernementales qui ciblent le multiculturalisme, l'immigration « illégale » et l'islamisme radical (Potvin 2017, p. 54).

intervenants soulignent alors la situation délicate étant donné le caractère controversé de ce groupe :

Un sujet sur lequel monsieur Legault va devoir se débattre c'est évidemment sa politique sur l'immigration qui est critiquée par tous ses adversaires et qui d'autre part lui vaut des amis qu'il ne veut pas, à savoir La Meute. Il [Legault] a dit qu'il ne voulait pas leur affection, leur amitié et leur appui. Elle [La Meute] réplique ce matin en disant : je ne comprends pas. C'est quand même insidieux : « Je ne comprends pas monsieur Legault, pourquoi ne voulez-vous pas notre appui, ce sont vos idées que nous véhiculons. » Ouais. Bonjour l'ambiance. (*Gravel le matin*, 13 septembre 2018)

Finalement, les intervenants ont souligné l'évolution du débat sur l'immigration vers la question de la pénurie de main-d'œuvre plutôt que la question identitaire. Ils expliquent que cela met Legault dans une situation moins favorable aux yeux des citoyens qui sont préoccupés par la situation du marché du travail. Leur couverture de cet enjeu a mis l'accent sur la CAQ et son chef.

Analyse de l'enjeu du marché de l'emploi

En parallèle à l'immigration, les intervenants ont discuté de la pénurie de main-d'œuvre et des solutions possibles. À ce titre, ils ont présenté l'idée d'encourager les jeunes retraités à retourner sur le marché du travail afin de pourvoir certains postes. Leur analyse permet à leurs auditeurs d'avoir un portrait complet de l'enjeu. Les opinions présentées sont diversifiées et s'appuient sur des faits.

4.2.4 Couverture journalistique des débats

Notre analyse de la couverture journalistique des débats nous a permis de relever les réflexions des intervenants sur leur pertinence, c'est-à-dire leur nécessité dans le cadre

des campagnes électorales. Leurs réflexions ont révélé l'importance qu'ils leur accordent. Les intervenants constatent qu'ils marquent un temps fort et permettent aux partis de s'adresser directement à leur électorat. Cependant, ils expliquent que, bien que les débats soient des moments clés, ils n'ont pas nécessairement eu une influence directe sur les électeurs. Ils n'ont d'ailleurs pas toute la même importance selon leur date de diffusion, selon eux. Par exemple, le premier n'est pas aussi important que celui qui est diffusé plus près du vote, estiment-ils. Néanmoins, les intervenants pensent qu'ils sont cruciaux, y compris celui en anglais. Il est intéressant de noter qu'ils martèlent leur importance, tout en mentionnant l'influence restreinte de ceux-ci.

4.2.5 Couverture journalistique des sondages

La catégorie de la couverture journalistique des sondages nous a permis d'identifier que les intervenants ont formulé des critiques à l'endroit de leur fiabilité. À travers ces dernières, les intervenants démontrent qu'ils n'accordent pas beaucoup d'importance aux sondages dans leur couverture journalistique. Contrairement aux autres émissions du corpus, les intervenants de *Gravel le matin* abordent peu leurs résultats. Néanmoins, ils critiquent certains d'entre eux, notamment celui de la firme CROP diffusé la semaine du 17 septembre 2018. Ils expliquent à leurs auditeurs que ce sondage est à prendre avec des gants blancs, puisqu'il dévoile des résultats qui ne concordent pas avec ceux des autres firmes. Ainsi, ils mettent en évidence qu'un seul sondage n'est pas suffisant pour établir une nouvelle tendance dans les intentions de vote.

Pour terminer, les résultats qui ont émergé des cinq catégories nous ont permis de dresser quelques conclusions. La couverture journalistique de l'émission *Gravel le matin* se distingue des autres puisqu'elle ne propose pas d'analyse du travail des médias québécois. Par ailleurs, elle s'est avérée relativement équilibrée, même si Legault a particulièrement fait l'objet de critiques, surtout en ce qui a trait à sa plateforme sur l'immigration. De plus, les interlocuteurs ont présenté leurs opinions, mais aussi de l'information de manière objective, dans un format se rapprochant davantage du journalisme d'information. Les enjeux discutés n'ont cependant pas porté sur des problématiques particulières à la région de Montréal, ce qui nous permet de conclure qu'un angle national a été mis de l'avant.

4.3 Présentation des résultats pour l'émission *Le Show du matin*

Notre analyse de l'émission *Le Show du matin*, diffusée dans la région du Saguenay, nous a permis d'identifier six catégories. Ainsi, les thèmes suivants ont été discutés : les chefs et leur parti, les enjeux, les débats, les sondages, et pour finir, la couverture médiatique de la campagne. Dans les paragraphes qui suivent, nous analysons et explicitons chacune des sous-catégories qui nous ont permis de dresser le portrait de la couverture journalistique de la campagne électorale réalisée par cette émission.

4.3.1 Couverture journalistique des chefs

La catégorie de la couverture journalistique des chefs nous a permis de faire ressortir les cinq sous-catégories qui ont été présentées en début de chapitre : les critiques des promesses, l'analyse du déroulement de la campagne, les explications et l'analyse des

stratégies, les retours sur les performances des chefs et les critiques sur leurs aptitudes et comportements (voir tableau 9).

Tableau 9 — Synthèse du contenu de la catégorie « couverture journalistique des chefs » dans l'émission *Le Show du matin*

Critiques des promesses des chefs	Les annonces de nouvelles promesses sont trop nombreuses.
	Les promesses du PLQ à propos de la taxation des fournisseurs de biens étrangers ne sont pas cohérentes.
	Lisée propose de bonnes mesures pour lutter contre le décrochage.
	Les nouvelles idées de QS permettent de diversifier les débats.
	Les promesses de la CAQ n'apportent pas de réels changements et leur promesse sur les maternelles 4 ans ne devrait pas être aussi prioritaire.
	Les chefs ne proposent pas de grands projets de société.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	Couillard, Legault et Lisée jouent leur carrière politique dans la campagne.
	Les faux pas de Legault en immigration ont ajouté des difficultés dans sa campagne.
	La campagne de Lisée va bien, même s'il est le mal aimé de la campagne.
	Massé n'a rien à perdre dans la campagne, mais doit trouver une façon de mettre du pragmatisme dans son programme.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Couillard doit se présenter comme le seul apte à être premier ministre, et doit fait porter son discours sur autre chose que les 15 années libérales.
	Legault doit rester calme et faire attention à son ton de voix.
	Lisée doit parler avec son cœur et aller chercher des votes chez QS pour être élu. Le PQ a accepté de participer au débat en anglais dans l'espoir que la CAQ ne fasse pas de gain dans l'électorat anglophone.
	Couillard et Lisée sont des alliés objectifs dans la campagne.
	Le vote par anticipation est un outil stratégique pour les partis.
	Les partis essaient d'influencer les journalistes pour cadrer l'information à leur sujet.
Retour sur la performance des chefs pendant les débats	Couillard a souvent été la cible dans les débats.
	Legault n'a pas eu de si bons débats et est trop sur la défensive.
	Lisée a fait une bonne performance au débat en anglais.
	Massé n'a pas assez pris sa place et n'a pas eu de bons débats.
	Les chefs ont trop parlé de l'Ontario dans le premier débat.

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard manque parfois d'émotion, mais a un côté humain.
	Legault paraît parfois arrogant et manque de connaissances sur le système d'immigration.
	Lisée paraît naturel et parle très bien en anglais.
	Massé est sincère.
	Les chefs s'interrompent souvent dans les débats.

Nous avons constaté que la couverture a été teintée de l'opinion des intervenants. Somme toute, elle a été équilibrée. En effet, l'animateur et ses collaborateurs ont discuté de chacun des chefs et n'ont pas témoigné de préférence envers l'un deux. Ils ont plutôt affirmé qu'aucun des partis ne répond à leurs attentes politiques. Par contre, Legault a été l'objet de plusieurs critiques. La partie qui suit explicite et exemplifie chacune des sous-catégories présentées plus haut.

Critiques des promesses des chefs

Les intervenants ont émis plusieurs critiques à propos des promesses de tous les chefs. Ainsi, ils ont réalisé une couverture équilibrée. À titre d'exemple, ils ont noté que QS inspire le changement dans la campagne grâce à ses nouvelles idées. Selon eux, celles-ci permettent de diversifier les sujets et les points de vue des débats. Au contraire, ils mentionnent plutôt que la CAQ ne semble pas réellement vouloir apporter du changement. Dans le même ordre d'idées, ils reprochent aux chefs de ne pas proposer de grands projets de société. Selon eux, les gouvernements ont la responsabilité d'inspirer les citoyens et d'entreprendre des projets rassembleurs, ce qu'ils ne font pas suffisamment.

De plus, l'animateur et ses invités soulignent l'intervention d'une citoyenne³³ pendant le premier débat. Ils précisent que son commentaire représente bien l'humeur populaire, c'est-à-dire que la population n'est pas tout à fait satisfaite des principaux partis : « Je pense que c'est représentatif de ce que le monde pense après le débat ce matin, ceux qui l'ont écouté : êtes-vous plus éclairé sur votre choix? Pas tellement » (*Le Show du matin*, 14 septembre 2018). C'est aussi ce qui ressort de notre analyse de leurs critiques, c'est-à-dire que les intervenants de l'émission ne sont pas satisfaits des principaux partis.

Analyse du déroulement de la campagne des chefs

Ensuite, le déroulement de la campagne des chefs n'a pas été présenté de la même manière pour chacun d'eux. Les intervenants ont analysé la campagne de Couillard, Lisée et Legault en les comparant, alors qu'ils ont analysé celle de Massé séparément. En fait, ils expliquent que Massé n'a pas les mêmes défis que les trois hommes politiques puisque son but n'est pas de devenir première ministre. Ce point de vue rejoint celui présenté dans l'émission *Bouchard en parle*. Ils notent d'ailleurs que la porte-parole de QS ne propose pas d'idées réalisables. Ils critiquent négativement chacun des chefs, ce qui, encore une fois, met de l'avant leur mécontentement par rapport à l'offre politique.

³³ Mme Raymonde Chagnon a posé une question sur les conditions des personnes âgées dans les CHSLD au Québec pendant le premier débat. Les chefs lui ont répondu et le modérateur du débat lui a ensuite demandé, en direct, si leurs réponses l'avaient éclairée, ce à quoi elle a rétorqué : « Pas tellement. » (Radio-Canada, 2018a). Son commentaire est rapidement devenu viral sur internet.

Explication et analyse des stratégies politiques des chefs

En plus des promesses et du déroulement de la campagne, les différents intervenants de l'émission ont analysé et explicité les stratégies politiques de chacun des chefs. En effet, ils ont formulé des conseils pour chacun d'entre eux : quel sentiment utiliser pour susciter le vote, quels sujets aborder ou éviter, ou encore quelle attitude adopter. Par ailleurs, selon les intervenants, le PQ a accepté de participer au débat en anglais pour éviter que la CAQ fasse des gains auprès de l'électorat anglophone. Finalement, ils notent que tous les partis, sans exception, tentent d'influencer la couverture journalistique en essayant de cadrer l'information relayée par les médias : « De toute façon, penses-tu que les caquistes ne *spinnent* pas les journalistes de la caravane à Couillard et les journalistes de la caravane à Lisée. Voyons donc. [...] Tous les partis font ça » (*Le Show du matin*, 17 septembre 2018). Les interlocuteurs expliquent aussi que les partis utilisent le vote par anticipation à leur avantage en essayant d'encourager les gens à aller voter afin de pouvoir mieux se concentrer sur les indécis par la suite. Leur couverture journalistique de cet enjeu témoigne de leur opinion, mais a été réalisée de manière équilibrée.

Retour sur la performance des chefs pendant les débats

Notre analyse des retours sur les performances des chefs nous a permis de déterminer qu'il y avait un équilibre dans la couverture. Celle-ci n'a cependant pas été réalisée selon les plus hauts standards journalistiques puisque nous avons relevé un style de présentation de l'information qui rappelle les techniques empruntées par les radios de

confrontation³⁴. En ce sens, les intervenants se sont indignés d'un commentaire de Lisée dans le débat en anglais : ce dernier affirmait que l'anglais avait le même statut que les langues autochtones. Afin de démontrer le ridicule de cette affirmation, ils se sont moqués du chef, ont fait des bruits incompréhensibles pour décrire les langues autochtones et ont fait des blagues en lien avec l'époque du troc : « Je ne virerai pas fou non plus. Trois fourrures, deux miroirs? » (*Le Show du matin*, 18 septembre 2018). Ces commentaires diminuent l'importance et la légitimité des peuples autochtones. D'un autre côté, nous avons aussi noté des critiques particulièrement négatives à l'endroit de Massé : « Vous étiez aussi bien de ne pas l'inviter. Elle était absente » (*Le Show du matin*, 18 septembre 2018). Elle est la seule cheffe qui n'a pas reçu de commentaire positif de la part des intervenants. De manière générale, ils n'ont pas trouvé que les chefs ne s'adressaient pas « au vrai monde ». Cela témoigne, encore une fois, de leur déception face à l'offre politique.

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs

Finalement, la sous-catégorie de la couverture des aptitudes et des comportements a permis de mettre en lumière les nombreuses critiques formulées à l'endroit de chacun des chefs. Les intervenants ont toutefois plus particulièrement critiqué les compétences de Legault, notamment en matière d'immigration. Selon eux, puisque cet enjeu occupe la majeure partie de sa plateforme, il aurait dû mieux comprendre comment le système fonctionne. Ils expliquent d'ailleurs que sa compétence est la question principale de la

³⁴ Par exemple, des propos provocateurs qui risquent de susciter de vives réactions de la part des auditeurs (Villeneuve, 2004).

campagne, et qu'elle pourrait même déterminer l'issue du vote. Leur couverture a donc été plus ou moins équilibrée dans le corpus étudié puisqu'un certain accent a été mis sur Legault.

4.3.2 Couverture journalistique des principaux partis

En plus des thématiques reliées aux chefs, notre analyse nous a permis d'identifier deux sous-catégories concernant les principaux partis. Ainsi, les intervenants ont discuté de l'orientation idéologique de ceux-ci et ont formulé des critiques sur leurs candidats. La couverture journalistique de ce thème s'est révélée être teintée d'opinions et axée sur les candidats régionaux.

Concernant l'orientation idéologique des partis, les intervenants ont évoqué que QS était un parti presque communiste : « Parce que c'est un parti qui a toujours été très... presque communiste, on s'entend » (*Le Show du matin*, 17 septembre 2018). Leur analyse n'est pas inexacte, comme la décision D2009-02-050 du CPQ le stipule³⁵. Elle rejoint d'ailleurs les propos émis dans l'émission *Bouchard en parle* où les interlocuteurs expliquent que QS donne trop de place au gouvernement et que cela a pour effet d'enlever des droits aux citoyens. Par la suite, les intervenants ont discuté de certaines controverses entourant les candidats des différents partis, plus particulièrement ceux de leur région. À titre d'exemple, ils commentent l'attitude de François Tremblay, un candidat caquiste, et lisent même en ondes une lettre plutôt agressive qu'il aurait envoyée dans le passé à un élu

³⁵ Voir la section intitulée 1.1 pour plus d'explications.

municipal. De plus, ils mentionnent que tous les candidats ont des choses à cacher : « Des candidats qui ont des squelettes dans le placard, ils en ont aussi [en parlant des Libéraux]. Puis, ils en ont en matière sexuelle en plus, fait que sont mieux de se tenir tranquilles » (*Le Show du matin*, 13 septembre 2018). Les intervenants n'appuient pas ce qu'ils avancent par des sources fiables ou des exemples précis.

4.3.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne

La catégorie de la couverture journalistique des enjeux de la campagne a permis de faire émerger cinq sous-catégories dans lesquelles les intervenants soulèvent plusieurs critiques à propos de l'environnement, mettent en garde contre l'omniprésence de la communication politique dans la campagne, discutent de la santé et de l'économie et analysent plusieurs enjeux régionaux (voir tableau 10).

Tableau 10 — Synthèse du contenu de la catégorie « couverture journalistique des enjeux de la campagne » dans l'émission *Le Show du matin*

Critiques de l'enjeu de l'environnement	Les mesures pour l'environnement n'ont pas d'impact réel.
	Il n'y a pas de débat en environnement.
	Les Québécois ne sont pas prêts à de réels changements.
Mise en garde contre l'omniprésence de la communication politique	Les gens de communication contrôlent les messages politiques.
Analyse de l'enjeu de la santé	La santé est l'enjeu le plus important dans la campagne.
	Les politiciens devraient donner plus d'amour aux CHSLD.
	La promesse de Lisée de s'assurer que tous les Québécois ont un médecin de famille est irréalisable.
Analyse de l'enjeu de l'économie	L'enjeu du salaire minimum est important dans la campagne.
	Les riches devraient payer plus d'impôts.

Analyse des enjeux régionaux	Les régions devraient avoir un meilleur service internet.
	Le transport interurbain au Québec ne permet pas de se déplacer de manière fluide entre les régions.
	Les chefs auraient dû parler du Plan Nord.

La couverture journalistique s'est révélée être teintée par les opinions des différents intervenants. Elle témoigne aussi, tout comme la couverture des partis principaux, que l'animateur et ses collaborateurs accordent une importance aux enjeux régionaux. Toutefois, leurs analyses ne sont pas réalisées en profondeur et ne proposent pas de portrait complet de la situation. Les paragraphes qui suivent explicitent plus en détail les sous-catégories présentées plus haut.

Critique de l'enjeu de l'environnement

Concernant l'environnement, les intervenants ont expliqué que, selon eux, les débats à ce sujet sont inexistantes et ne sont pas intéressants puisque tous les politiciens disent la même chose. Ainsi, ils minimisent l'importance de cet enjeu dans la campagne et dans la société en général. En effet, ils expliquent que les citoyens ne sont pas prêts à de réels changements. Leur couverture témoigne de leur opinion et demeure en surface.

Mise en garde contre l'omniprésence de la communication politique

Ensuite, les intervenants soulignent l'influence de la communication sur la politique. Ils expliquent que les professionnels contrôlent les messages de la campagne et l'image des politiciens :

Maintenant, on ne parle plus aux organisations, on ne parle plus aux personnes, on parle à des gens de communication qui aseptisent les

discours ou qui se font aseptiser avant de nous parler. Donc c'est rendu un show d'images. (*Le Show du matin*, 14 septembre 2018)

Leur analyse témoigne de leur méfiance envers les politiciens. Cette vision va dans le même sens que leurs insatisfactions envers les principaux partis.

Analyse de l'enjeu de la santé

Pour continuer, les intervenants expliquent que l'enjeu de la santé est le plus important de la campagne. Ils reprochent d'ailleurs aux politiciens de ne pas donner assez d'amour aux Centres hospitaliers de soins de longue durée (CHSLD). D'un autre côté, ils précisent que les médecins dirigent la province et que c'est la cause des problèmes du système. Encore une fois, les interlocuteurs mettent de l'avant leur mécontentement face aux politiciens.

Analyse de l'enjeu de l'économie

Dans le cadre des discussions des enjeux économiques, les intervenants ont principalement abordé les salaires et les impôts. Ils ont présenté le point de vue des partisans pour le salaire minimum à 15 \$ et ont explicité plusieurs idées de QS étant donné qu'un de leur porte-parole était présent avec eux en ondes.

Analyse des enjeux régionaux

Finalement, les intervenants ont mis de l'avant l'importance des enjeux régionaux. Ils ont discuté de plusieurs sujets, notamment du service internet, du transport interrégional et du Plan Nord. Ils ont d'ailleurs déploré que ce dernier ne soit pas davantage discuté dans la campagne sans donner davantage de détails. Ils ont aussi discuté des promesses de QS

de nationaliser le service internet et le transport interrégional alors qu'un de leur représentant était en ondes avec eux. Par ailleurs, ils mentionnent que les chefs ne parlent pas assez des régions. Cela témoigne de leur inclinaison pour les enjeux régionaux.

4.3.4 Couverture journalistique des débats

Les débats ont aussi été analysés dans l'émission *Le Show du matin*. Cela a permis de faire émerger les réflexions des intervenants à propos de leur pertinence. La couverture journalistique s'est révélée être teintée par leurs opinions. De ce fait, ils minimisent l'importance des débats dans le cadre de la campagne. Cela va dans le même sens que les critiques présentées dans *Bouchard en parle* qui mettent de l'avant que les débats ne permettent pas d'apprendre de nouvelles choses sur les chefs et leurs partis. Les intervenants expliquent d'ailleurs que ceux-ci ne sont pas faits dans le but d'éclairer les citoyens dans leur choix puisqu'ils ne permettent pas d'en apprendre plus sur les plateformes des politiciens. Selon eux, il manque d'action de façon générale dans les débats et ceux-ci contribuent au cynisme. Ils soulignent alors que seules les 20 premières minutes sont importantes et prennent position en défaveur de la tenue d'un débat en anglais parce qu'ils ne croient pas que celui-ci ait été bien utile.

4.3.5 Couverture journalistique des sondages

Le thème des sondages a aussi été l'objet de discussions dans l'émission. Notre analyse a permis de faire ressortir les critiques sur leur fiabilité ainsi que l'énumération des différents résultats. Les intervenants ont parlé plus particulièrement du sondage de la firme CROP diffusé la semaine du 17 septembre 2018. Ils soulignent que les résultats divergent

grandement de ceux des autres firmes et qu'il faut les prendre à la légère. Cela démontre donc certaines réserves méthodologiques. Parallèlement, les intervenants ont cependant énoncé le positionnement de chacun des partis selon les nouveaux sondages publiés. Cela témoigne de l'importance qu'ils accordent à la couverture des sondages. Cette contradiction rejoint l'analyse que nous avons faite dans deux autres émissions de notre corpus : *Bouchard en parle* et *Que l'Estrie se lève*. De plus, les intervenants de l'émission *Le Show du matin* ont aussi commenté les résultats des partis dans leur région plus particulièrement.

4.3.6 Couverture médiatique de la campagne

Finalement, la catégorie de l'analyse de la couverture médiatique de la campagne a permis de faire ressortir les critiques des intervenants concernant le contenu de la couverture médiatique. Cela témoigne de leur opinion défavorable envers certains médias qui tentent, selon eux, de contrôler l'information. Ils discutent plus spécifiquement de Radio-Canada. Les intervenants de l'émission, à travers leurs critiques, expliquent que les médias essaient de cadrer l'information à l'aide de diverses tactiques. Notamment, ils reprochent à Radio-Canada d'avoir fait un reportage (Plamondon Lalancette, 2018) un peu trop partisan à leur goût sur la candidate péquiste Mireille Jean. Plus précisément, il était question des députés péquistes qui avaient précédé cette candidate dans la circonscription de Chicoutimi : « Ils ont pleuré : on pourrait perdre Chicoutimi, la forteresse péquiste depuis 1973. Les images de René Lévesque et les gros drapeaux du Québec qui flottent. *Hey, come on*, en pleine campagne, c'est très bizarre » (*Le Show du matin*, 18 septembre 2018). Ils accusent aussi Radio-Canada d'avoir volontairement invité un citoyen nommé

M. Lè à prendre parole lors du premier débat³⁶. Ils perçoivent sa présence comme une stratégie pour tester le sérieux et la concentration des chefs des partis étant donné que son nom de famille est drôle, selon eux. Ce commentaire témoigne de leur opinion et ne s'appuie pas sur des faits.

Au regard des résultats des six catégories, la couverture journalistique de l'émission s'est révélée être du registre de l'opinion. Elle est toutefois relativement équilibrée, malgré que certaines opinions ou informations n'aient pas été présentées selon les plus hauts standards journalistiques, notamment en raison de leurs propos maladroits concernant les autochtones. Leurs opinions ont aussi parfois manqué d'explications ou de mise en contexte. Le thème qui transcende toutes leurs analyses est leur insatisfaction envers les principaux partis, particulièrement en raison des solutions qu'ils proposent et de leur manque de sincérité. Il est pertinent de noter que leur couverture témoigne de l'importance qu'ils accordent aux enjeux régionaux.

4.4 Présentation des résultats pour l'émission *Que l'Estrie se lève*

Notre analyse de l'émission *Que l'Estrie se lève*, diffusée dans la région de l'Estrie, a permis d'identifier six catégories abordées par les différents interlocuteurs pour parler de la campagne électorale. Ainsi, les intervenants ont discuté des chefs et de leurs partis, des enjeux de la campagne, des débats, des sondages, et finalement, de la couverture médiatique. Dans les pages qui suivent, nous analysons et explicitons chacune des

³⁶ Un citoyen nommé M. Lè a pris la parole pour poser une question aux chefs lors du premier débat.

catégories qui nous ont permis de dresser le portrait de la couverture journalistique réalisée par cette émission.

4.4.1 Couverture journalistique des chefs

La catégorie de la couverture journalistique des chefs nous a permis de faire ressortir les mêmes cinq sous-catégories que dans les autres émissions. Ainsi, les intervenants ont formulé des critiques à propos des promesses, analysé le déroulement de la campagne, évalué les diverses stratégies politiques, fait des retours sur les performances à la suite des débats et, finalement, émis des critiques concernant les aptitudes et les comportements des chefs (voir tableau 11).

Tableau 11 — Synthèse du contenu de la catégorie « couverture journalistique des chefs » dans l'émission *Que l'Estrie se lève*

Critiques des promesses des chefs	Les partis proposent des idées variées afin d'améliorer les services aux citoyens et différents enjeux importants.
	Les propositions de la CAQ en matière d'immigration ne sont pas claires.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	Les chefs jouent leur carrière politique.
	Massé n'a pas de chance de devenir première ministre contrairement aux autres chefs.
	Legault a eu quelques difficultés dans la campagne, notamment à cause de ses faux pas en matière d'immigration.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Lisée n'a pas choisi une stratégie gagnante lorsqu'il a attaqué Massé à propos de la gouvernance de QS.
	Couillard doit faire en sorte que la question principale le jour du vote ne soit pas celle du parti qui propose le plus de changements.
	QS aurait préféré que Gabriel Nadeau-Dubois soit son représentant dans le débat en anglais.
	Le travail des bénévoles est important pour le déroulement de la campagne des partis.
	La popularité des chefs détermine si leurs candidats se feront élire dans leurs circonscriptions respectives.

Retour sur la performance des chefs pendant les débats	Couillard s'est bien défendu contre les attaques de Legault, mais a eu de la difficulté à défendre le bilan de son parti.
	Le dernier débat de la campagne a été la meilleure performance de Legault en carrière.
	Lisée n'a pas bien paru dans le dernier débat.
	Massé a offert de bonnes performances dans tous les débats.
Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard manque de compassion.
	Lisée est trop insistant.
	Massé est sympathique et semble crédible.
	Legault a beaucoup de difficulté en anglais, a de la difficulté à défendre son programme à propos de l'immigration et n'est pas capable d'incarner le changement.

La couverture journalistique de cette catégorie s'est donc révélée être teintée de l'opinion des intervenants et relativement équilibrée dans le corpus analysé. Nous avons aussi noté que Lisée est le chef qui a reçu le moins d'attention de la part des interlocuteurs. Les paragraphes qui suivent explicitent plus en détail nos analyses.

Critiques des promesses des chefs

Les intervenants de l'émission ont discuté des différentes promesses des chefs de manière superficielle. En effet, ils les ont simplement énumérées sans donner d'explication en profondeur. Ils ont parfois donné leur opinion en mentionnant leurs approbations à certaines d'entre elles. Les idées des partis qui proposaient plus de services aux citoyens sont celles qui ont été les mieux accueillies. Par exemple, ils ont apprécié la proposition du PLQ de mettre en place une stratégie de prévention et de lutte contre les problèmes de santé mentale pour les étudiants collégiaux et universitaires.

Analyse du déroulement de la campagne des chefs

À travers l'analyse du déroulement de la campagne, les intervenants ont expliqué que les chefs du PQ, du PLQ et de la CAQ jouaient leur carrière politique. Ils mentionnent ensuite que Massé n'a pas de chance de devenir première ministre et, qu'en réalité, le véritable numéro un de QS est Gabriel Nadeau-Dubois :

Manon Massé tout le monde le sait que ce n'est pas le quart arrière numéro un de Québec solidaire. Ça va être Gabriel Nadeau-Dubois, mais pour l'instant, il est sur les lignes de côté puis il apprend le carnet de jeu.
(*Que l'Estrie se lève*, 21 septembre 2018)

Cette analyse met en doute la légitimité de Massé à être représentante de son parti. Elle rejoint aussi les propos des émissions *Bouchard en parle* et *Le Show du matin* dont les intervenants pensent aussi que QS n'a pas de chance de devenir le parti à la tête du gouvernement. La couverture journalistique de ce thème ne s'est pas révélée être équilibrée.

Explication et analyse des stratégies politiques des chefs

Pour continuer, les interlocuteurs ont aussi analysé les stratégies politiques des chefs. Contrairement aux trois autres émissions du corpus, ils n'ont pas formulé de conseil. Toutefois, ils ont quand même expliqué quels chefs pourraient possiblement s'attaquer aux autres. Ils ont plutôt mis l'accent sur les stratégies utilisées par tous les partis, notamment le recours aux bénévoles afin de téléphoner aux citoyens. Ils ont aussi souligné l'importance des stratégies nationales des partis puisque, selon eux, c'est la popularité des chefs qui détermine si leurs candidats se feront élire dans leurs circonscriptions respectives.

Retour sur la performance des chefs dans les débats

Les intervenants ont aussi systématiquement commenté la performance des chefs dans les débats. Leur couverture s'est révélée être équilibrée. En effet, la performance de chacun des chefs a été discutée. Ils ont notamment noté qui s'était le plus illustré dans les différents débats. Ils ont d'ailleurs souligné les différents gagnants selon leur perception et celles des analystes de manière générale : « Mais quand on regarde les analystes, eux disent que c'est François Legault [qui a gagné le premier débat] parce qu'il n'a pas perdu » (*Que l'Estrie se lève*, 14 septembre 2018). Ils ne spécifient pas de quels analystes ils parlent. Aucun des chefs n'a particulièrement été la cible de critiques.

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs

Les interlocuteurs ont parlé des aptitudes et comportements des chefs dans le cadre de la campagne. Ils ont plus particulièrement critiqué Couillard et Legault. Ils soulignent d'ailleurs le manque de compassion de Couillard à l'égard des citoyens : « Son personnage, il n'exprime pas de compassion à l'égard des citoyens qui posaient des questions. Il était parfois condescendant à l'égard de ses adversaires et était très dans les chiffres [sic] » (*Que l'Estrie se lève*, 14 septembre 2018). De plus, ils évoquent que Legault aurait dû mieux connaître l'enjeu de l'immigration puisqu'il en parle si souvent. Ils soulignent aussi son incapacité à incarner le changement, bien que sa campagne soit axée sur ce thème. Pour finir, ils mentionnent la « bouille » sympathique de Massé. Lisée n'a pas fait l'objet de critique particulière.

4.4.2 Couverture journalistique des principaux partis

La catégorie de la couverture journalistique des principaux partis a permis de faire émerger les critiques sur les candidats (hormis les chefs). Cette couverture s'est révélée être axée sur les candidats de l'Estrie, c'est-à-dire la région où est diffusée l'émission. Les intervenants n'ont pas discuté de candidat d'ailleurs. Cela met en évidence l'importance qu'ils accordent à la couverture régionale de la campagne. Leur analyse de la compétence des candidats de Sherbrooke était teintée par leurs opinions. En effet, ils ont formulé des critiques élogieuses à l'endroit de certains candidats. Par exemple, ils notent l'engagement de Guillaume Rousseau envers la région, et les compétences académiques de Christine Labrie. Ils expliquent que les candidats maîtrisent très bien leurs dossiers. Ils commentent aussi quelques controverses régionales sur certaines candidates. Par exemple, ils discutent de la stratégie de la candidate péquiste Véronique Vigneault³⁷ qui a tenté de faire un coup d'éclat, selon eux, afin d'attirer l'attention des médias. Ils ont aussi abordé des allégations selon lesquelles la candidate libérale Annie Godbout ne serait pas sincère dans son intention de devenir députée. L'accent mis sur les candidats régionaux rappelle la couverture de l'émission *Le Show du matin* qui a, elle aussi, mis l'accent sur les candidats de sa région.

4.4.3 Couverture journalistique des enjeux de la campagne

Pour continuer, la catégorie de la couverture journalistique des enjeux de la campagne réalisée dans le cadre de l'émission *Que l'Estrie se lève* a permis de faire émerger

³⁷ Celle-ci a annoncé qu'elle changeait de couleur; sous-entendu qui fait souvent référence à un changement d'allégeance politique. Elle a finalement annoncé qu'elle changeait la couleur de ses pancartes électorales.

une sous-catégorie dans laquelle les intervenants ont discuté de l'importance de la région de l'Estrie dans la campagne. La couverture journalistique s'est révélée superficielle. En effet, contrairement à toutes les autres émissions de notre corpus, l'émission n'a traité que d'un seul enjeu. Cependant, il est intéressant de noter l'angle régional de ce dernier. En analysant les intentions de vote, les intervenants expliquent que la région pourrait faire une différence entre un gouvernement caquiste majoritaire ou minoritaire.

C'est intéressant, et c'est une opportunité pour l'Estrie, parce que c'est le moment de faire des demandes, d'avoir des revendications, peut-être pour nos élus, nos leaders au niveau municipal, d'être plus exigeants à l'égard des partis politiques et des chefs pour avoir des engagements plus concrets. (*Que l'Estrie se lève*, 13 septembre 2018)

Ils mentionnent donc qu'il est temps pour l'Estrie de se positionner solidement sur la scène politique provinciale. Leur analyse témoigne de l'importance qu'ils accordent à la région.

4.4.4 Couverture journalistique des débats

La catégorie de la couverture journalistique des débats a permis de faire ressortir les réflexions formulées par les intervenants à propos de leur pertinence dans le cadre de la campagne. Cette couverture s'est révélée être teintée par leurs opinions et appuyée par des faits. Elle témoigne d'ailleurs de la hiérarchisation que les intervenants font de l'importance des débats. En effet, ils expliquent que certains sont plus cruciaux en raison de leur date de diffusion. Selon eux, plus un débat est diffusé près de la date du vote, plus il est significatif. Ils mentionnent d'ailleurs que ceux-ci n'ont pas toujours d'influence sur les intentions de vote. Ces propos rappellent ceux tenus dans l'émission *Gravel le matin*. De plus, ils mentionnent que le débat en anglais est destiné aux journalistes et aux chroniqueurs plutôt

qu'aux citoyens. Par contre, ils constatent sa pertinence afin de permettre aux communautés anglophones de mieux connaître les chefs.

4.4.5 Couverture journalistique des sondages

La catégorie de la couverture journalistique a été caractérisée par la tension entre les critiques et l'importance accordée à l'énumération des résultats. En ce sens, les intervenants remettent en question la méthodologie et les résultats obtenus dans le sondage CROP de la semaine du 17 septembre 2018. Ils expliquent qu'il faudrait attendre de voir les autres résultats afin de déterminer si celui de CROP a raison ou non. Cela s'inscrit donc dans une remise en question de l'efficacité du sondage d'établir des tendances dans les intentions de vote. Parallèlement, les intervenants ont systématiquement énuméré le classement des principaux partis dans les sondages. Cette pratique journalistique illustre l'importance qu'ils y accordent. Cela vient toutefois en partie contredire leur réflexion sur la fiabilité de certains sondages. Ce constat rejoint ceux que nous avons formulés pour plusieurs émissions du corpus. De plus, un des chroniqueurs donne même sa prédiction à propos du prochain gouvernement élu. Son analyse est alors teintée par son opinion.

4.4.6 Couverture médiatique de la campagne

La catégorie de la couverture médiatique de la campagne a permis de faire émerger des critiques à propos du travail des modérateurs des débats et à propos de la couverture médiatique de la campagne. Ainsi, la couverture a été teintée de l'opinion de l'animateur et de ses collaborateurs. Elle témoigne aussi de leur vision de ce qu'est une couverture

médiatique adéquate dans le cadre d'une campagne électorale, c'est-à-dire quels sujets doivent être abordés.

Les analyses des interlocuteurs mettent en lumière que les modérateurs peuvent participer ou nuire à la compréhension d'un débat. En effet, les intervenants expliquent que les modératrices ont dû intervenir pour corriger l'anglais des chefs : « Les modératrices ont eu un petit peu de travail aussi à faire de temps en temps pour ramener un peu des propos qui étaient soit exagérés ou c'était [sic] juste pas le bon mot par exemple. » (*Que l'Estrée se lève*, 18 septembre 2018) D'un autre côté, ils critiquent les interventions de Pierre Bruneau, du réseau TVA, dans le débat du 20 septembre 2018. Ils mentionnent qu'il n'intervenait pas au bon moment ni de la bonne façon. De plus, les intervenants ont formulé une critique concernant la couverture médiatique des candidats. Ils reprochent aux médias de scruter exagérément leur passé. Ils trouvent que les journalistes vont trop loin et que cela pourrait décourager des citoyens de se présenter. Cela témoigne de leur vision des bonnes pratiques journalistiques à adopter.

Au regard des résultats qui ont émergé des six catégories, la couverture journalistique s'est révélée être relativement équilibrée et teintée des opinions des intervenants. Elle a aussi été orientée vers une couverture plus régionale de la campagne. Nous avons constaté que les intervenants n'ont pas fait d'analyse en profondeur des différents enjeux politiques. L'émission *Que l'Estrée se lève* se distingue notamment du reste de notre corpus par l'absence de discussions en ce qui concerne les enjeux de la campagne hormis la question de l'importance stratégique de l'Estrée.

4.5 Analyse globale des résultats

À la suite de la présentation des catégories qui ont émergé de notre analyse qualitative pour chacune des émissions, nous souhaitons dresser un portrait global de la couverture journalistique des élections générales provinciales québécoises de 2018 dans les radios parlées au Québec. Dans les paragraphes qui suivent, nous revenons donc sur chacune des catégories et mettons en évidence les différences et similitudes entre les émissions.

Tout d’abord, en ce qui concerne les chefs, Legault et Massé ont reçu une attention particulière dans les émissions *Bouchard en parle* et *Gravel le matin*. Les interlocuteurs ont formulé plusieurs critiques à leur endroit, alors que Lisée et Couillard ont moins été mis de l’avant. Pour les deux autres émissions de notre corpus, les intervenants n’ont pas mis l’accent sur un des chefs en particulier. Toutefois, Lisée a semblé effacé de la couverture dans l’émission *Que l’Estrie se lève*. La couverture journalistique, en général, s’est tout de même révélée être équilibrée en ce qui concerne ce thème.

Les principaux partis politiques ont reçu des couvertures similaires dans quelques-unes des émissions analysées. Ainsi, *Bouchard en parle* et *Le Show du matin* ont fait un rapprochement entre QS et le communisme. Il est intéressant de noter que les inclinaisons politiques des intervenants de l’émission *Bouchard en parle* sont ressorties dans leurs analyses concernant les partis. D’un autre côté, ce sont principalement les candidats régionaux qui ont retenu l’attention des émissions *Le Show du matin* et *Que l’Estrie se lève*. En ce sens, celles-ci, ainsi que *Bouchard en parle*, se sont aussi particulièrement intéressées

aux enjeux régionaux. *Gravel le matin* est la seule émission qui n'a pas abordé d'enjeux locaux.

La couverture des différents enjeux a été marquée par les opinions des intervenants de toutes les émissions sans exception. De plus, certaines inclinaisons politiques ont teinté les analyses. Ainsi, les enjeux présentés dans *Bouchard en parle* ont été abordés selon un certain rejet du contrôle étatique. Dans *Le Show du matin*, c'est plutôt l'insatisfaction des intervenants envers les principaux partis qui est ressortie. Par ailleurs, les thèmes principalement abordés dans notre corpus ont été l'immigration, l'économie, la santé et l'environnement. L'enjeu de l'immigration a fait l'objet de discussions orientées principalement autour de la plateforme de Legault, et ce, dans le cadre de toutes les émissions.

D'autre part, les intervenants ont aussi discuté de la pertinence des débats dans la campagne. Ainsi, les émissions *Bouchard en parle* et *Le Show du matin* ont minimisé l'importance de ceux-ci en mettant de l'avant qu'ils n'apportaient pas d'informations nouvelles à la campagne. En contrepartie, *Gravel le matin* a insisté sur leur importance alors que l'émission *Que l'Estrie se lève* a plutôt expliqué que cela dépendait de leur date de diffusion. Le débat en anglais a aussi retenu l'attention de tous les intervenants. Les opinions des interlocuteurs étaient assez diversifiées. Certains étaient persuadés de la nécessité de l'exercice alors que d'autres contestaient plutôt sa pertinence.

Les émissions ont toutes abordé le sondage CROP diffusé la semaine du 17 septembre 2018 et ses faiblesses méthodologiques. D'un autre côté, elles ont aussi

partagé les résultats des autres sondages lors de leur parution. Cela témoigne de l'importance que les intervenants accordent à la couverture des sondages dans le cadre d'une campagne électorale.

Finalement, toutes les émissions, sauf *Gravel le matin*, ont abordé la couverture de la campagne réalisée par les autres médias québécois. Les intervenants ont alors parlé de l'influence des modérateurs dans le déroulement des débats. *Le Show du matin* a, quant à elle, soulevé des questionnements sur la couverture réalisée par Radio-Canada, notamment en raison d'un reportage trop partisan, de l'avis des intervenants, envers le PQ. *Que l'Estrie se lève* a plutôt critiqué la couverture de l'ensemble des médias, c'est-à-dire les différents sujets ou thèmes qu'ils ont décidé d'aborder ou non. De manière générale, la couverture des radios parlées a été teintée de l'opinion des intervenants.

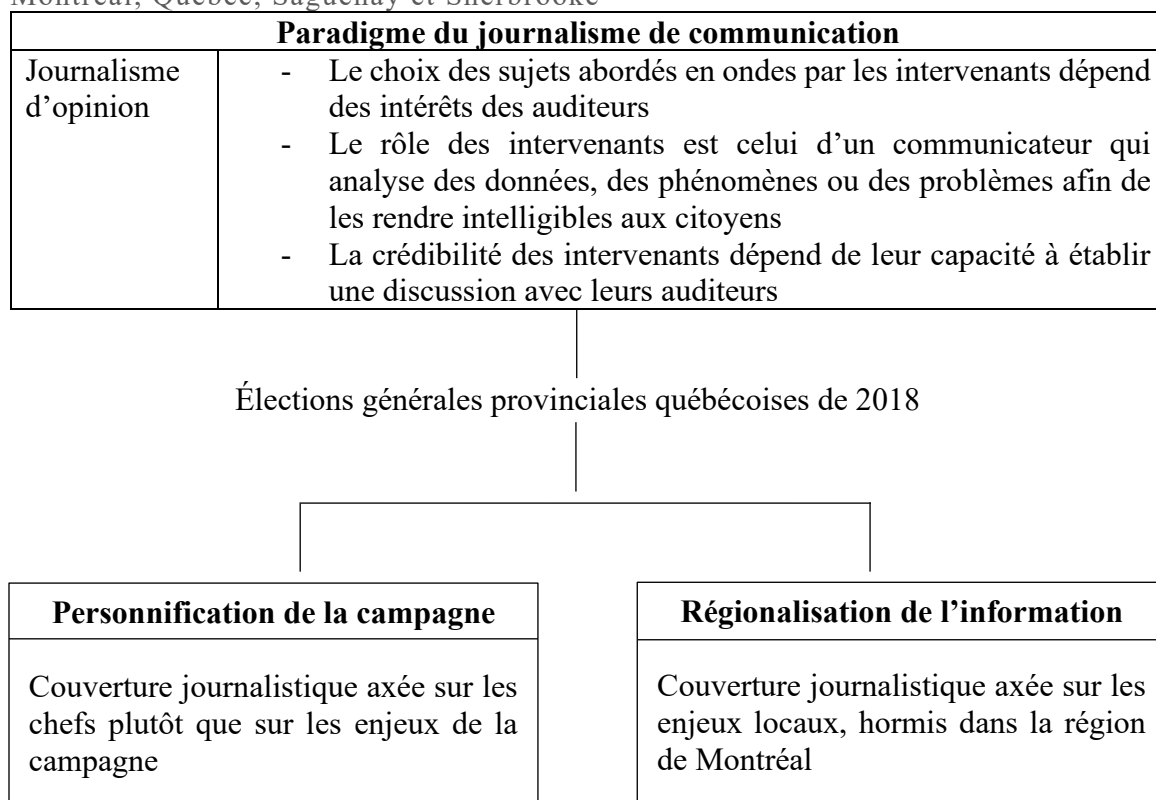
5. Discussion

Comme nous l'avons expliqué dans le cadrage contextuel de ce mémoire, les radios parlées québécoises ont souvent été au cœur de discussions dans l'espace public. Plusieurs personnes se sont interrogées sur leurs pratiques journalistiques et ont soulevé des questions éthiques par rapport à celles-ci (Boily, 2010; Payette, 2015). À la lumière de notre exploration de la littérature, il nous est apparu évident qu'il y avait un manque à combler au niveau des connaissances scientifiques : les recherches semblent s'être concentrées sur les stations de radio parlées de la ville de Québec. C'est pourquoi nous avons décidée de dresser le portrait de la couverture journalistique réalisée par les radios parlées de l'ensemble du Québec lors de la campagne électorale générale provinciale de 2018. Nous avons pour but principal de démontrer les différences et les similitudes des contenus présentés dans les radios parlées au Québec, et d'ainsi voir si les approches journalistiques étaient similaires d'une région à l'autre.

Notre analyse qualitative nous a permis d'établir quatre constats principaux. Tout d'abord, nous avons pu déterminer dans quelle mesure la couverture a été réalisée selon ce que l'on peut nommer du journalisme d'opinion. Ensuite, nous avons relevé que les pratiques journalistiques empruntées par les stations concordent avec ce que Charron et de Bonville (1996) nomment le paradigme du journalisme de communication. Pour continuer, nous avons constaté que la campagne électorale a été traitée avec un angle régional dans

les radios à l'extérieur de la région de Montréal. D'un autre côté, l'émission diffusée à Montréal a plutôt abordé la campagne avec un angle national ce qui s'inscrit en opposition avec le concept de « montréalisation de l'information » (Corriveau & Sirois, 2000) et tend à démontrer que les informations locales sont peut-être plus difficiles à obtenir dans les grandes villes. Pour finir, nous notons que la couverture journalistique a été axée sur les chefs plutôt que sur les enjeux politiques. Il y a donc eu une certaine personnification de la campagne (Bouthillier, 2010). Le tableau 12 illustre les principales conclusions de notre recherche.

Tableau 12 – Modélisation de la couverture médiatique des élections générales provinciales québécoises de 2018 dans quatre émissions de radios parlées diffusées à Montréal, Québec, Saguenay et Sherbrooke



5.1 Journalisme d'opinion teinté de journalisme d'information

La couverture journalistique réalisée dans les émissions de notre corpus est caractérisée par les opinions des différents intervenants. Ainsi, ils ont majoritairement pratiqué le journalisme d'opinion plutôt que le journalisme d'information³⁸. Leurs propos étaient, la majorité du temps, relativement équilibrés. En effet, chacun des chefs des principaux partis a reçu une couverture qui correspond au principe d'équité défendu par le CRTC (2018). Contrairement à Giroux et Sauvageau (2009) qui ont étudié la couverture de l'élection à la mairie de Québec en 2007 dans les radios parlées de cette région, nous arrivons au constat que la couverture de la campagne a été équilibrée entre les chefs des principaux partis. Les animateurs des émissions n'ont pas favorisé ou défavorisé un chef plutôt qu'un autre.

La couverture réalisée dans les quatre émissions correspond aussi aux lignes directrices des principaux guides de déontologie qui encadrent les journalistes, c'est-à-dire que les opinions présentées étaient claires et s'appuyaient, hormis quelques exceptions, sur des faits (Conseil de presse du Québec, 2015; Fédération professionnelle des journalistes du Québec, n.d.). Les raisonnements étaient intelligibles et plusieurs opinions différentes ont été présentées.

Cependant, il est important de noter que de nombreuses discussions de l'émission *Le Show du matin* ressemblent à celles de *Bouchard en parle*, parce qu'elles ont en commun

³⁸ Voir la section 2.4.2 « Approche journalistique : le journalisme d'opinion » pour plus de détails.

un même chroniqueur invité. Ainsi, nous remarquons que la diversité des opinions présentées à la grandeur du Québec s'en voit quelque peu réduite. En ce sens, la concentration des médias³⁹, à laquelle la radio n'échappe pas (Brunelle & Brin, 2019), fait en sorte de minimiser la diversité des opinions dans les différentes stations. En effet, *Le Show du matin* et *Bouchard en parle* font parties de stations qui appartiennent toutes les deux à Cogeco media. Ainsi, les auditeurs de la région de Québec et du Saguenay ont entendu des analyses très similaires puisque c'est la même personne qui commentait l'actualité politique. Le fait de miser sur les mêmes chroniqueurs qui jouissent d'une bonne réputation⁴⁰ soulève aussi des questions quant aux motifs qui expliquent cette décision. Les médias préfèrent parfois avoir recours à des commentateurs-vedettes dans le but de générer davantage de cotes d'écoute dans une recherche de gains financiers. C'est notamment pourquoi certains animateurs de radios parlées américaines ont continué à avoir une tribune malgré les nombreuses poursuites dont ils faisaient l'objet (Soley, 2007). L'aisance médiatique de certains experts peut aussi justifier que les médias préfèrent ces derniers. Il est cependant pertinent de mentionner que la structure de propriété, c'est-à-dire à qui la station appartient, ne semble pas avoir un effet déterminant sur les pratiques journalistiques des radios étudiées. Toutefois, nous constatons que la concentration des médias et la concurrence de manière plus large peuvent influencer sur le choix des intervenants.

³⁹ La concentration des médias « est le processus économique et financier qui caractérise un marché marqué à la fois par la réduction du nombre des acteurs et par l'augmentation de leur envergure » (Raboy, 2000). Voir Centre d'études sur les médias, 2001, pour plus de détails.

⁴⁰ Par exemple, Bernard Drainville est un ancien politicien et journaliste québécois très connu du public (Lavoie, 2015).

Pour continuer, l'absence de journalisme d'information dans les émissions étudiées a toutefois fait en sorte que certains thèmes ont manqué de contextualisation, notamment, lorsqu'il a été question des enjeux de la campagne. Malgré que les opinions des intervenants étaient intelligibles, les auditeurs n'avaient pas systématiquement un portrait complet afin de bien comprendre les idées défendues par ceux-ci. De plus, l'émission *Que l'Estrie se lève* a abordé comme seul enjeu celui de l'importance stratégique de l'Estrie dans la campagne. Les intervenants ont présenté une couverture incomplète à leur auditeur ne leur permettant pas d'avoir une bonne compréhension de la campagne électorale. Pour ces raisons, nous avons déterminé que les propos s'adressaient à des auditeurs aux faits de la politique québécoise. Rappelons-nous que Durand, Dupuis et Racicot (2012) expliquent que les auditeurs des radios parlées sont normalement plus intéressés à la politique. Il est cependant important de noter que ce ne sont pas nécessairement tous les auditeurs qui connaissent bien tous les sujets abordés en ondes. Ainsi, sans connaissances approfondies et en l'absence de contextualisation, certains citoyens risquent de moins bien comprendre les analyses des intervenants.

Nous avons aussi dénoté un certain manque de rigueur journalistique dans l'émission *Le Show du matin* où les intervenants n'ont pas toujours suivi les plus hauts standards journalistiques. Ils ont notamment utilisé la moquerie afin d'expliquer à leurs auditeurs certains événements en lien avec la campagne. Ces méthodes se rapprochent de celles qu'adoptent les radios que l'on peut qualifier « de confrontation », par exemple la formulation de propos provocateurs ayant pour but de créer de vives réactions auprès des

auditeurs (Villeneuve, 2004). Ainsi, bien que la couverture soit conforme aux normes déontologiques, elle ne concorde pas toujours avec les plus hauts standards journalistiques (l'intérêt public, le devoir de vérité, la rigueur et l'exactitude, l'impartialité, la transparence, etc.) (Bernier, 2014).

Pour finir, nos résultats s'inscrivent en opposition avec le phénomène de *narrowcasting* relevé par Payette (2015), c'est-à-dire une « diffusion étroite, ou ciblée, où l'information est présentée de manière orientée, unilatérale, répétitive et commentée abondamment » (p. 13). Nous ne pouvons affirmer, dans le corpus que nous avons analysé, que la couverture journalistique est caractérisée par ce phénomène. Ainsi, plusieurs intervenants avec des opinions diverses ont pris la parole dans chacune des émissions. Aucune information n'a été partagée de manière répétitive. Certes, certains sujets sont revenus à l'ordre du jour plus souvent, notamment Legault et sa plateforme sur l'immigration, mais ce cadrage était justifié par des événements récents (le thème a été abordé dans chacun des débats, par exemple). Le seul point de convergence entre nos résultats et le *narrowcasting* est que l'information semble avoir été abondamment commentée. Cependant, cette similitude ne constitue qu'une partie du phénomène présenté par Payette.

Notre analyse nous permet donc de constater qu'un journaliste qui traite de politique dans les radios parlées pratique souvent le journalisme d'opinion. Cela ne constitue pas un problème en soi. Cependant, lorsqu'on ajoute la dynamique de la concentration des médias et la diminution de la diversité des opinions, la situation peut devenir problématique. Les

citoyens ne possèdent pas tous une connaissance assez approfondie des différents médias et de leur mode fonctionnement (de leur propriétaire ou de leur allégeance politique ainsi que des genres journalistiques, par exemple) pour être en mesure d'aller chercher de l'information diversifiée sur une base régulière (Corriveau, 2016; Landry & Basque, 2015; Landry & Letellier, 2016; Payette, 2015). S'ils n'ont pas accès à un éventail d'opinions et des connaissances préalables afin de bien comprendre les différents enjeux électoraux, la confrontation des idées, exercice nécessaire pour une démocratie en santé, s'affaiblit alors.

5.2 Le paradigme du journalisme de communication

À la lumière de ce que nous venons d'expliquer, les pratiques journalistiques empruntées par les intervenants des émissions de notre corpus s'inscrivent dans ce que Charron et de Bonville (1996) nomment le paradigme du journalisme de communication. Les auteurs expliquent que celui-ci se cristallise en même temps que la consommation de masse à la fin du 20^e siècle. Ainsi, il est caractérisé par une hyperconcurrence⁴¹ en raison de la multiplication des médiums sur lesquels sont disponibles les informations d'actualité (Charron & de Bonville, 1996, p. 76). À ce sujet, les auteurs expliquent que la notion d'information, dans le paradigme du journalisme de communication, inclut les intérêts des citoyens devenus consommateurs. Le journaliste discute alors de tous les champs d'activités susceptibles d'intéresser son public : immobilier, automobile, jardinage, etc.

⁴¹ L'hyperconcurrence médiatique est « une intensification de la concurrence et des conditions techniques, qui vient mettre en opposition les entreprises de presse et leurs politiques d'informations, mais aussi les messages eux-mêmes » (Barbeau, 2017).

Dans le cadre d'une campagne électorale, cela peut se manifester par le choix des enjeux ou des sujets abordés. Les animateurs choisissent ce dont ils vont parler en fonction de ce à quoi s'intéressent leurs auditeurs. À titre d'exemple, les intervenants de *Bouchard en parle* ont abordé plus en détail le troisième lien que les autres émissions de notre corpus puisque leur public est concerné par cet enjeu.

Charron et de Bonville (1996) expliquent aussi que l'objectivité du journaliste n'est plus une condition essentielle à l'exercice de son métier. C'est plutôt sa capacité à communiquer à l'intérieur de balises (rigueur, honnêteté intellectuelle, intégrité professionnelle) qui définit son travail. Cela rappelle les normes déontologiques dictées par les guides du CPQ et de la FPJQ. Les auteurs ajoutent alors que le journaliste établit une « conversation » avec son public. Sa crédibilité découle de la qualité de la discussion qu'il réussit à établir. Son rôle se transforme donc en un communicateur qui analyse des données, des phénomènes ou des problèmes afin de les rendre intelligibles aux citoyens. Par cet exercice, il teinte nécessairement son discours d'opinion. L'animateur de radio parlée revêt exactement ce rôle. Devant la quantité colossale d'informations proposée à la population, il suggère des synthèses qui permettent de comprendre des enjeux rapidement. Les auditeurs des émissions se reconnaissent dans les propos des animateurs, et c'est pourquoi ils continuent d'être à l'écoute (Turbide et al., 2008).

Cette brève description du paradigme s'inscrit dans les pratiques empruntées par les journalistes des émissions de radio parlée de notre corpus. Les animateurs, qui rappelons-le ne se considèrent pas toujours comme des journalistes (Payette, 2015, p. 28), présentent

des synthèses d'informations susceptibles d'intéresser leurs auditeurs. Ils établissent alors une sorte de conversation avec ceux-ci qui s'appuie sur un partage de référents familiers et d'un univers similaire (Charron & de Bonville, 1996, p. 81). C'est cette relation de confiance qui donne la légitimité au journaliste d'exercer son métier. Le choix des sujets abordés en ondes dépend donc de la relation entre les journalistes et leurs auditeurs.

5.3 Régionalisation de l'information

Notre analyse de la couverture journalistique nous a aussi permis de relever que les enjeux régionaux ont été abordés dans toutes les émissions hormis celle de *Gravel le matin*. Il faut d'ailleurs souligner que c'est celle de notre corpus avec le plus grand auditoire puisqu'elle est diffusée dans la métropole québécoise. Ainsi, les auditeurs de l'émission n'ont pas pu entendre les intervenants s'intéresser à des enjeux de proximité. Ce constat s'inscrit donc en opposition avec ce que plusieurs experts nomment la « montréalisation de l'information », c'est-à-dire la « réduction du débat politique aux préoccupations des grands centres » (Corriveau & Sirois, 2000, p. 4). Ce phénomène, observé autant à la radio que dans les journaux, est intimement lié avec la concentration de la propriété des médias (Centre d'études sur les médias, 2001). En effet, les propriétaires de médias ont tendance à prioriser l'information (articles ou chroniques radiophoniques, par exemple) produite dans les grands centres et à la diffuser à la grandeur du Québec afin de réduire les coûts de production. Étant donné que le nombre de journalistes diminue dans les salles de rédaction, les régions finissent par être sous-représentées dans l'actualité, selon Brunelle et Brin

(2019) et Corriveau (2016). Les nouvelles qui les concernent sont donc effacées du paysage médiatique québécois.

Au contraire, dans notre corpus, nous avons plutôt remarqué une absence de la couverture des enjeux spécifiquement montréalais. Cela soulève donc des questionnements à propos de la qualité de l'information reçue par les auditeurs de *Gravel le matin* qui, souvent, habitent dans la région et sont donc concernés par les questions locales. À ce titre, le CPQ constatait, déjà en 2008, que plusieurs citoyens de Montréal déploraient l'absence de couverture des enjeux locaux dans les médias, alors que les citoyens des régions déploraient plutôt une surreprésentation de Montréal (Conseil de presse du Québec, 2008). Étant donné que nous n'avons étudié qu'une partie de la couverture journalistique de la campagne, il se peut que les intervenants aient discuté d'autres sujets à d'autres moments. Toutefois, puisque les émissions sont diffusées dans une région spécifique, les animateurs auraient dû accorder plus d'importance aux enjeux locaux, plutôt que de choisir un angle presque exclusivement national. À ce sujet, un sondage réalisé dans le cadre de la consultation *Parlons Télé* du CRTC révèle d'ailleurs que 81 % des Canadiens accordent une très grande importance aux informations locales (Bizimana & Kane, 2019). Il apparaît donc primordial que les radios parlées, et les médias en général, couvrent les enjeux locaux, ce que la majorité des stations analysées ont fait.

5.4 Personnification de la couverture

Pour terminer, notre analyse a aussi permis de déterminer qu'aucune émission n'a fait d'analyse de fond sur les enjeux importants de la campagne. Aucune n'a fourni

d'information approfondie permettant aux citoyens d'avoir le portrait complet d'un enjeu. Ainsi, les auditeurs ont nécessairement dû consulter des sources d'informations complémentaires s'ils voulaient avoir une meilleure compréhension d'un sujet. En ce sens, ce sont les chefs qui ont occupé la majeure partie des analyses. Legault a particulièrement été la cible des critiques des intervenants, alors que Lisée a plutôt été le grand oublié de la campagne. En effet, ce dernier a rarement été au centre des discussions issues de notre corpus. La couverture a donc été axée sur les chefs des principaux partis, créant une personnification de la campagne. Les enjeux n'ont pas été nécessairement traités à la hauteur de leur importance.

Il est important de souligner que nous avons analysé les journées de la diffusion des débats et les émissions diffusées au lendemain de ceux-ci, ainsi il est normal que la couverture soit axée sur les chefs principalement. Bouthillier (2010) explique que « de 1962 à aujourd'hui, la couverture journalistique du débat des chefs [au Québec] concerne surtout les chefs de partis et non leur programme, leur parti ou les autres candidats d'un même parti » (p. 37). Cette personnification de la couverture des débats électoraux s'explique par l'accent mis sur l'image des politiciens en raison de la télédiffusion de ces événements (Lavigne, 2014).

De tous les chefs, c'est Legault qui a particulièrement été la cible des critiques dans chacune des émissions du corpus. Il est intéressant de constater que, malgré la couverture médiatique plutôt négative envers Legault et la CAQ dans le corpus étudié, le parti a réussi à se faire élire avec une majorité de sièges à l'Assemblée nationale, remportant également

des circonscriptions dans les régions où ont été diffusées les émissions de notre corpus. Une multitude de chercheurs ont réalisé des études à propos des critères qui influencent les citoyens à voter pour un parti ou un candidat. Par contre, ils ne s'entendent pas sur la question, disant tantôt que ce sont les allégeances politiques, la crédibilité des chefs de partis, ou encore la couverture médiatique de la campagne qui prévalent (Giasson, 2006). Dans le cadre de notre recherche, nous notons que la couverture médiatique négative envers Legault n'a pas été un déterminant pour le choix des citoyens.

Pour finir, les résultats de notre recherche nous ont permis de répondre à notre question de recherche : quelles sont les différences et les similitudes des contenus présentés dans les radios parlées au Québec? Nous avons donc été en mesure de déterminer si les différentes émissions de notre corpus ont abordé des sujets similaires ou non dans leur couverture médiatique et quelles étaient leurs approches journalistiques. Ainsi, il s'est avéré que les thèmes ont été sensiblement les mêmes, toutefois l'angle avec lequel ils ont été discutés a parfois été différent. De plus, nous avons noté une approche journalistique similaire dans toutes les émissions de notre corpus. Le seul point distinctif a été l'angle national qu'a préconisé *Gravel le matin*, diffusée dans la région de Montréal. Les autres émissions ont plutôt abordé la campagne avec une attention particulière pour les enjeux locaux. En lien avec nos objectifs de départ, nous avons pu constater que la couverture médiatique des élections générales provinciales de 2018 dans les radios parlées au Québec a été semblable d'une région et station à l'autre. Nous n'avons pas observé de grands manquements aux guides déontologiques qui encadrent la profession de journalistes. Nous

avons aussi remarqué que les émissions ont eu tendance à couvrir la campagne électorale en mettant l'accent sur la couverture des chefs des partis et en accordant une attention particulière aux enjeux locaux. Il apparaît aussi que les approches journalistiques empruntées ont été sensiblement les mêmes, c'est-à-dire que les intervenants ont particulièrement fait du journalisme d'opinion.

Conclusion

Les radios parlées soulèvent des controverses depuis des décennies et n'ont pas fini de le faire. Depuis les années 1990 au Québec, la question de leurs pratiques journalistiques est au cœur des réflexions déontologiques et sociétales. Tout récemment, le contexte de la pandémie de la COVID-19 a, encore une fois, relancé les discussions concernant les pratiques des radios de la ville de Québec. Celles-ci ont été pointées du doigt pour leur propos sur le non-respect des mesures sanitaires mises en place par le gouvernement Legault (Rémillard, 2020). Certaines personnalités publiques ont même laissé entendre que les radios de la ville de Québec font de la désinformation en ondes et influencent leurs auditeurs en faveur du non-respect des règles sanitaires (Gamache, 2020).

Ainsi, plusieurs auteurs se sont penchés sur l'influence des radios parlées, surtout en ce qui a trait aux questions politiques (Durand et al., 2012; Mendelsohn & Nadeau, 1996; Payette, 2015). Même si certains animateurs ne respectent pas toujours les plus hauts standards journalistiques, il n'en demeure pas moins qu'ils bénéficient d'une grande visibilité et que cela vient avec de grandes responsabilités, dont leur engagement à présenter de l'information juste et de qualité (Carignan, 2018). C'est justement ce qui est problématique aux yeux de plusieurs experts : leur éthique journalistique n'est pas à la hauteur de l'influence qu'ils ont sur leurs auditeurs (Durand & al., 2012; Giroux & Sauvageau, 2009; Mendelsohn & Nadeau, 1996; Payette, 2015; Villeneuve, 2004).

En examinant la couverture journalistique des élections générales provinciales québécoises de 2018 dans quatre émissions de radios parlées de Montréal, Québec, Saguenay et Sherbrooke, le but de ce mémoire était de répondre à la question suivante : quelles sont les différences et les similitudes des contenus présentés dans les radios parlées au Québec? Nous voulions dresser le portrait des contenus présentés dans les émissions de notre corpus afin de mieux comprendre les différences entre les différentes émissions de radios parlées du paysage médiatique québécois. Nous voulions ainsi observer le phénomène à l'extérieur de la région de Québec. Notre approche inductive nous a menée vers les résultats rigoureux enracinés dans les données récoltées pendant la campagne électorale en 2018.

En ce sens, nos analyses nous ont permis de conclure que toutes les émissions de notre corpus ont réalisé du journalisme d'opinion plutôt que du journalisme d'information. Nous émettons donc l'hypothèse selon laquelle les enjeux politiques y sont majoritairement abordés sous l'angle du journalisme d'opinion. À ce sujet, il serait pertinent de tester cette piste à plus grande échelle dans une recherche future. De plus, nous avons pu situer l'approche des intervenants dans le paradigme du journalisme de communication, tel que présenté par Charron et de Bonville (1996). Cela nous a permis d'établir que c'est la relation entre les auditeurs et les animateurs qui semble influencer le choix des enjeux et des thèmes discutés en ondes. Par la suite, nous avons constaté une absence de couverture des enjeux locaux dans l'émission diffusée dans la région de Montréal. Ainsi, *Gravel le matin* s'est positionnée comme étant une émission à caractère national. Cela a eu pour résultat d'effacer

les enjeux montréalais de la couverture de la campagne, alors que les autres émissions du corpus avaient toutes un fort penchant régional. Pour finir, nous avons aussi noté que, dans les émissions de notre corpus, la campagne électorale a été abordée en mettant l'accent sur les chefs de parti plutôt que sur les enjeux, certains ont même fait l'objet d'une plus grande attention médiatique que les autres.

Bien entendu, notre mémoire a certaines limites. Nous n'avons pas été en mesure d'analyser la totalité des émissions qui ont été diffusées pendant la campagne. À ce sujet, nous avons aussi eu de la difficulté à accéder à l'ensemble du contenu audio nécessaire à nos analyses, et ce, malgré le fait que nous avons écrit à Cogeco media afin d'avoir accès aux émissions manquantes. Nous avons aussi restreint notre analyse à la question des thèmes et des sujets abordés en ondes. Ainsi, il ne s'agit que d'un portrait d'une situation à un certain moment dans le temps. Les résultats de notre recherche nous permettent cependant d'ouvrir vers des pistes de réflexion pour des recherches futures en plus de valider ou d'infirmer certains résultats de recherches conduites par d'autres auteurs. Notamment, il serait pertinent de pousser notre démarche plus loin et d'aller explorer toutes les facettes de la couverture journalistique des émissions telles que le ton, les approches journalistiques, le choix des sujets selon le moment de la campagne, etc. Nous sommes donc consciente qu'il reste beaucoup à explorer pour mieux comprendre comment les animateurs de radios parlées construisent leur discours. Dans le cadre de recherches futures, il serait également très intéressant de se pencher sur les discours journalistiques des radios en dressant le portrait des profils des différents intervenants. Il serait pertinent de voir si le

parcours des intervenants influence d'une manière quelconque la couverture qu'ils font d'un évènement. De cette manière, nous serions en meilleure mesure d'évaluer la qualité de leur travail et d'ouvrir vers une réflexion sur leur influence potentielle sur l'opinion publique.

Notre mémoire apporte donc une contribution pertinente et essentielle à la compréhension des enjeux d'actualité dans les radios parlées au Québec. Il permet, entre autres, de nuancer et de préciser à l'aide de nouvelles données le discours concernant leurs pratiques journalistiques. Au regard du contexte sociosanitaire actuel, notre recherche s'avère vraiment intéressante pour mieux comprendre comment les enjeux importants de la société sont traités.

Références

- Acosta, J. (2010, 26 avril). Plainte de Françoise David contre Sylvain Bouchard : La tenue d'un débat public sur la radio d'opinion est essentielle. Repéré à <https://conseildepresse.qc.ca/actualites/nouvelles/plainte-de-francoise-david-contre-sylvain-bouchard-la-tenue-dun-debat-public-sur-la-radio-dopinion-est-essentielle/>
- Association canadienne des radiodiffuseurs. (n.d.-a). Membres de l'ACR du secteur Radio du Canada. *ACR*. Repéré à <https://www.cab-acr.ca/french/links/radio/default.shtm>
- Association canadienne des radiodiffuseurs. (n.d.-b). Profil de l'ACR. *Profil de l'ACR*. Repéré à <http://www.cab-acr.ca/french/about/default.shtm>
- Association canadiennes des radiodiffuseurs. (2002). Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Repéré à <http://www.cbsc.ca/fr/codes/cab-code-of-ethics/>
- Banerjee, I., & Seneviratne, K. (2005). La Radiotélévision de service public : Une sélection de bonnes pratiques. UNESCO. Repéré à https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141584_fre
- Barbeau, J.-S. (2017). Mesures d'audiences et rémunération bonifiée. Une tentative d'optimisation de la production des blogues au Journal de Montréal et au Journal de Québec ? *Communication*, 34(2). Repéré à <http://journals.openedition.org/communication/7365>
- Bernier, M.-F. (2014). *Éthique et déontologie du journalisme* (3e édition). Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Bizimana, A.-J., & Kane, O. (2019). La presse au défi du numérique : Une économie politique des médias régionaux au Québec. *Les Cahiers du journalisme*, (3), 141-172.
- Boily, J. (2010, 30 avril). Radio parlée et liberté d'expression. *Le Soleil*. Repéré à <https://www.lesoleil.com/opinions/carrefour-des-lecteurs/radio-parlee-et-liberte-dexpression-5599614182b85f22029e34a49ccb1b50>
- Boisvert, Y. (2015, 6 novembre). Rapport-poubelle. *La Presse*, p. écran 6.
- Bourgault-Côté, G. (2018, 2 octobre). Le PQ encaisse la pire défaite de son histoire. *Le Devoir*. Repéré à <https://www.ledevoir.com/politique/quebec/538113/resultats-parti-quebecois>

- Bourgeois, I. (2016). La formulation de la problématique. Dans Gauthier, B., Bourgeois, I. (Dir.), *Recherche sociale : De la problématique à la collecte de données* (6e édition, p. 51-75). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Bourque, J.-L. (2019, 24 juillet). Le troisième lien à Québec et les études qui n'en finissent plus. *Le Devoir*. Repéré à <https://www.ledevoir.com/opinion/idees/559285/le-troisieme-lien-a-quebec-et-les-etudes-qui-n-en-finissent-plus>
- Bouthillier, C. (2010). *La couverture médiatique du débat des chefs au Québec : Information ou spectacle télévisuel?* (Mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal, Montréal.
- Brin, C., Charron, J., & de Bonville, J. (2004). *Nature et transformation du journalisme : Théorie et recherches empiriques*. Québec: Presses Université Laval.
- Brunelle, A.-M., & Brin, C. (2019). L'information locale et régionale au Québec : Portrait du territoire 2011-2018 et perspectives citoyennes. Centre d'études sur les médias. Repéré à <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/08/cem-infocaleq.pdf>
- Bryant, A., & Charmaz, K. (2007). *The SAGE Handbook of Grounded Theory*. Londres, Grande-Bretagne: SAGE.
- Carignan, M.-E. (2018). Quelle responsabilité sociale de la presse ? La couverture des attaques à Ottawa et à Saint-Jean-sur-Richelieu. *Sur le journalisme*, 7(1), s.p.
- Caty, M.-È., & Hébert, M. (2019). Cheminement et difficultés analytiques en méthodologie de la théorisation enracinée : Expérience de deux doctorantes. *Approches inductives*, 6(1), 61-90.
- Centre d'études sur les médias. (2001). La concentration de la presse à l'ère de la « convergence » : Dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec dans le cadre du mandat portant sur Les Impacts des mouvements de propriété dans l'industrie des médias. Université Laval.
- Champagne-Poirier, O. (2019). Non-publics et MTE : Étudier les raisons de ne pas visiter des organismes culturels selon une démarche enracinée. *Approches inductives : Travail intellectuel et construction des connaissances*, 6(1), 121-147. <https://doi.org/10.7202/1060047ar>

- Charmaz, K. (2008). Constructionism and the Grounded Theory Method. Dans Holstein, J. A. et Gubrium J. F. (Éds), *Handbook of Constructionist Research* (p. 397-412). New York, États-Unis: The Guildford Press.
- Charmaz, K. (2011). Grounded Theory Methods in Social Justice Research. Dans Denzin, N. K. et Lincoln Y. S. (Éds), *The SAGE handbook of Qualitative Research* (4e Édition, p. 359-380). Londres, Grande-Bretagne: SAGE.
- Charron, J., & de Bonville, J. (1996). Le paradigme du journalisme de communication : Essai de définition. *Communication*, 17(2), 50-97.
<https://doi.org/10.3406/comin.1996.1778>
- Chouinard, T. (2005, 16 avril). Affaire Chiasson-Fillion—La radio « extrême » sous surveillance. *Le Devoir*. Repéré à <https://www.ledevoir.com/culture/medias/79535/affaire-chiasson-fillion-la-radio-extreme-sous-surveillance>
- Chouinard, T. (2018, 11 août). Les élections provinciales seront déclenchées le 23 août. *La Presse*. Repéré à <http://www.lapresse.ca/actualites/politique/politique-quebecoise/201808/11/01-5192740-les-elections-provinciales-seront-declenchees-le-23-aout.php>
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision. (n.d.-a). À propos du CCNR. *Conseil canadien des normes de la radiotélévision*. Repéré à <https://www.cbsc.ca/fr/about-us/>
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision. (2015, 15 juillet). CHOI-FM concernant Le show du matin (les cyclistes). Repéré à <https://www.cbsc.ca/fr/choi-fm-re-le-show-du-matin-cyclists/>
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision. (2016, 2 novembre). CHOI-FM re Arthur le midi. Repéré à <https://www.cbsc.ca/fr/choi-fm-re-arthur-le-midi/>
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision. (2018, 4 juillet). CHOI-FM concernant Fillion. Repéré à <https://www.cbsc.ca/fr/choi-fm-re-fillion/>
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision. (2018). Rapport annuel 2017-2018. *Conseil canadien des normes de la radiotélévision*. Repéré à <https://www.cbsc.ca/wp-content/uploads/2019/02/CCNR-Rapport-annuel-2017-2018-Fre.pdf>

- Conseil canadien des normes de la radiotélévision. (n.d.-b). Structure du CCNR. Conseil canadien des normes de la radiotélévision. Repéré à <https://www.cbsc.ca/fr/about-us/structure/>
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. (2008, 14 décembre). Contenu créé par des Canadiens. *Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*. Repéré à <https://crtc.gc.ca/fra/cancon.htm>
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. (2018, 10 mai). Directives à l'intention des radiodiffuseurs de télévision et de radio et des fournisseurs de services de télévision pendant une élection. *Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*. Repéré à <https://crtc.gc.ca/fra/industr/tvradio/guidelec.htm>
- Conseil de presse du Québec. (2008). L'état de la situation médiatique au Québec : L'avis du public. Repéré à https://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2013/01/2008-11-10_etat-situation-mediatique_avis-du-public.pdf
- Conseil de presse du Québec. (2010, 20 avril). D2009-02-050. *Conseil de Presse du Québec*. Repéré à <https://conseildepresse.qc.ca/en/decisions/d2009-02-050/>
- Conseil de Presse du Québec. (2015). Guide de déontologie. *Conseil de Presse du Québec*. Repéré à https://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2017/12/Guide-de-deontologie-journalistique_CPQ.pdf
- Conseil de Presse du Québec. (n.d.-a). D2012-02-058. *Conseil de Presse du Québec*. Repéré à <https://conseildepresse.qc.ca/decisions/d2012-02-058/>
- Conseil de Presse du Québec. (n.d.-b). Mission. *Conseil de Presse du Québec*. Repéré à <https://conseildepresse.qc.ca/le-conseil/mission/>
- Conseil des directeurs médias du Québec. (2016). *Guide Média 2016*. En ligne. Manuscrit soumis pour publication. Repéré à <http://cdmq.ca/data/C4q7gHla/7-radio-2016.pdf>
- Corbin, J. (2000). Préface. Dans Luckerhoff, J. et Guillemette F. (Dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée : Fondements, procédures et usages* (p. VII-XII). Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Corriveau, R. (2016). La déontologie du Conseil de presse du Québec, une mutation bénéfique? *Actes des travaux du Comité de Recherche « Sociologie de la communication », XXe Congrès international des sociologues de langue française*.

- Corriveau, R., & Sirois, G. (2000). *L'information : La nécessaire perspective citoyenne*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Directeur général des élections. (2018). Périodicité des élections. *Élections Québec*. Repéré à <http://www.electionsquebec.qc.ca/francais/medias/periodicite-des-elections.php>
- Durand, C., Dupuis, J., & Racicot, J. (2012). Dites-moi quel poste de radio vous écoutez, je vous dirai pour qui vous votez. *Communication*, 29(2). <https://doi.org/10.4000/communication.4193>
- Durocher, S. (2015, 4 novembre). Rapport Payette : Du grand n'importe quoi! *Le Journal de Montréal*. Repéré à <https://www.journaldemontreal.com/2015/11/04/rapport-payette--du-grand-nimporte-quoi>
- Élections Québec 2018. (2018). Résultats élections Québec 2018. *ICI Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/resultats-elections-quebec-2018>
- Fédération professionnelle des journalistes du Québec. (n.d.). Guide de déontologie. *Fédération professionnelle des journalistes du Québec*. Repéré à <https://www.fpjq.org/fr/guide-de-deontologie>
- Filion, M. (2017). L'affirmation identitaire du Canada français au moyen de la radio-télévision : Un phénomène enraciné. Repéré à <http://rifrancophonies.com/index.php?id=315>
- Francoeur, C. (2000). *La transformation du service de l'information de Radio-Canada*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Gagnon, M.-A. (2015, 4 novembre). L'Université Laval se discrédite avec le rapport Payette, déplore la CAQ. *TVA Nouvelles*. Repéré à <https://www.tvanouvelles.ca/2015/11/04/luniversite-laval-se-discredite-avec-le-rapport-payette-deploire-la-caq-1>
- Gamache, V. (2020, 5 novembre). Pourquoi la deuxième vague frappe-t-elle si fort à Québec?. *ICI Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1747153/pandemie-quebec-epidemie-covid-andre-philippe-cote-caricaturiste>
- Giasson, T. (2006). *Préparation, performance et impact de la représentation visuelle des politiciens canadiens dans les débats électoraux télévisés. Le cas du débat francophone de l'élection fédérale de 2000* (Thèse de doctorat). Université de Montréal, Montréal.

- Giroux, D. (2019). Les médias québécois d'information : État des lieux. *Centre d'études sur les médias*. Repéré à <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/08/cem-mediasquebecois-etatdeslieux-1.pdf>
- Giroux, D., Proulx, S., & Souissi, S. (2017, février). Les transformations dans les manières de s'informer au Québec (2011-2016). *Centre d'études sur les médias*. Repéré à <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Transformations.pdf>
- Giroux, D., & Sauvageau, F. (2009). *Radio parlée, élections et démocratie*. Sainte-Foy: Centre d'études sur les médias.
- Glaser, B. G. (1998). *Doing Grounded Theory : Issues and Discussions*. Mill Valley, États-Unis: Sociology Press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago, États-Unis: Aldine.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. A. (2010). *La découverte de la théorie ancrée : Stratégies pour la recherche qualitative*. Paris, France: Armand Colin.
- Grondin, M.-R. (2017, 30 janvier). « Certains animateurs de radio de Québec ont du sang sur les mains », dit Michel Juneau-Katsuya. *Le Journal de Québec*. Repéré à <https://www.journaldequebec.com/2017/01/30/certains-animateurs-de-radio-de-quebec-ont-du-sang-sur-les-mains-dit-michel-juneau-katsuya>
- Guillemette, F., & Lapointe, J.-R. (2000). Illustration d'un effort pour demeurer fidèle à la spécificité de la méthodologie de la théorisation enracinée (Grounded Theory). Dans Luckerhoff J. et Guillemette F. (Dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée : Fondements, procédures et usages* (p. 11-35). Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Guillemette, F., & Luckerhoff, J. (2009). L'induction en méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Recherches qualitatives—Approches inductives II*, 28(2), 4-21.
- Hébert, G. (2016). *La rémunération des médecins québécois*. IRIS. Repéré à https://cdn.iris-recherche.qc.ca/uploads/publication/file/Re_mune_ration_des_me_decins_WEB_02.pdf
- History of Canadian Broadcasting - Canadian Communications Foundation. (2018, 5 septembre). Patrick « Pat » Burns (1921-1996). *History of Canadian Broadcasting*. Repéré à <http://www.broadcasting-history.ca/personalities/burns-patrick-pat>

- Jodoin, S. (2015, 7 novembre). Rapport Payette sur l'information à Québec : Un exercice raté. *Voir*. Repéré à <https://voir.ca/cyberboom/2015/11/07/rapport-payette-sur-linformation-a-quebec-un-exercice-rate/>
- Knight, K., & Barker, D. (1996). Talk radio turns the tide ? The Limbaugh effect : 1993–1995. Communication présentée au congrès annuel de l'American Political Science Association, San Francisco.
- La Presse canadienne. (2018, 24 septembre). La pauvreté, oubliée de la campagne québécoise... À 75 \$ près. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1125847/pauvrete-campagne-electorale-quebecoise-solutions-gaffe-epicerie>
- Labbé, J. (2018, 20 septembre). Possible de nourrir une famille pour 75 \$ par semaine, croit Couillard. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1125039/possible-de-nourrir-une-famille-pour-75-par-semaine-croit-couillard>
- Labbé, S. (2018). *L'achat et l'emprunt de livres au Québec : Une analyse communicationnelle* (Thèse de doctorat inédite). Université du Québec à Trois-Rivières, Trois-Rivières.
- Labelle, F., Guillemette, F., & Luckerhoff, J. (2018). Introduction : La place de la mobilisation des résultats de la recherche dans les approches inductives : Une tension constructive. *Approches inductives*, 5(1), 1-10.
- Landry, N., & Basque, J. (2015). L'éducation aux médias : Contributions, pratiques et perspectives de recherche en sciences de la communication. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (15), 47-63.
- Landry, N., & Letellier, A.-S. (2016). *L'éducation aux médias à l'ère numérique : Entre fondations et renouvellement*. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Lavigne, A. (2014). *Lesage. Le chef télégénique : Le marketing politique de «l'équipe du tonnerre»*. Québec: Septentrion.
- Lavoie, G. (2015, 29 mai). Bernard Drainville : Le fonceur prudent. *Le Soleil*. Repéré à <https://www.lesoleil.com/archives/bernard-drainville-le-fonceur-prudent-0ee18780e96649dfabe85851cb08d680>

- Le Devoir. (2006, 21 octobre). En bref—Le CRTC approuve la vente de CHOI à Radio Nord Communications. *Le Devoir*. Repéré à <https://www.ledevoir.com/culture/121000/en-bref-le-crtc-approuve-la-vente-de-choi-a-radio-nord-communications>
- Lejeune, C. (2019). *Manuel d'analyse qualitative : Analyser sans compter ni classer*. Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck Supérieur.
- Lemieux, O. (2012). L'affaire CHOI-FM... Construction identitaire ou prédisposition sociologique? *Cahiers de recherche en politique appliquée*, 4(3), 1-17.
- Leray, C. (2008). *L'analyse de contenu : De la théorie à la pratique : La méthode Morin-Chartier*. Sainte-Foy, Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Lessard, D. (2017, 1 février). Le fiel des radios poubelles. *La Presse+*, p. Écran 2.
- Lessard, D. (2018, 28 septembre). Sondage Ipsos-La Presse-Global News : Une fin de course enlevante. *La Presse*. Repéré à <http://www.lapresse.ca/actualites/elections-quebec-2018/201809/28/01-5198410-sondage-ipsos-la-presse-global-news-une-fin-de-course-enlevante.php>
- Limbaugh, R. (2018, 5 septembre). About America's Anchorman Rush Limbaugh. *The Rush Limbaugh Show*. Repéré à <https://www.rushlimbaugh.com/americas-anchorman/>
- Luckerhoff, J., & Guillemette, F. (2000a). Conflits entre les exigences de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) et les exigences institutionnelles en matière de recherche scientifique. Dans Luckerhoff, J. et Guillemette, F. (Dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée : Fondements, procédures et usages* (p. 37-60). Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Luckerhoff, J., & Guillemette, F. (2000b). *Méthodologie de la théorisation enracinée : Fondements, procédures et usages*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Marceau, J. (2018, 2 octobre). Lisée quitte son poste de chef après la défaite crève-cœur du PQ. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1127297/parti-quebecois-lisee-chef-rosemont-elections-quebec>

- Ménard, M. (2013). *CBC/Radio-Canada : Aperçu et enjeux (Rapport No. 2013-92- E)*. Division des affaires juridiques et sociales, Service d'information et de recherche parlementaires. Repéré à <https://lop.parl.ca/staticfiles/PublicWebsite/Home/ResearchPublications/BackgroundPapers/PDF/2013-92-e.pdf>
- Ménard, M.-A., & Donahue, Y. (2018, 17 septembre). Débat en anglais : Legault ciblé au sujet de l'immigration. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1124440/debat-chefs-anglais-couillard-lisee-legault-masse>
- Mendelsohn, M., & Nadeau, R. (1996). The magnification and minimization of social cleavages by the broadcast and narrowcast news media. *International Journal of Public Opinion Research*, 8(4), 374–389.
- Montigny, É., Gélneau, F., & Pétry, F. (2015). La Boussole électorale québécoise. Dans Bastien, F., Bélanger, É. & Gélneau F. (Dir.), *Les Québécois aux urnes : Les partis, les médias et les citoyens en campagne*. (p. 285-297). Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Montpetit, J. (2017, 3 février). Quebec City's « trash radio » under pressure to clean up after mosque attack *CBC*. Repéré à <https://www.cbc.ca/news/canada/montreal/quebec-city-radio-poubelle-mosque-attack-1.3964005>
- Numeris. (2018a). Numeris Statistiques de base pour la radio : Automne 2018, 3 septembre 2018 au 28 octobre 2018. Repéré à http://assets.numeris.ca/Downloads/2018_Fall_Radio_DI_TopLineReports_FR.pdf
- Numeris. (2018b). Statistiques de base (données ppm) pour la radio. Repéré à http://assets.numeris.ca/Downloads/2018-19_12_Radio_ME_MontrealToplineRadio_FR.pdf
- Office québécois de la langue française. (n.d.). Fiche terminologique—Radio de confrontation. *Le grand dictionnaire terminologique (GDL)*. Repéré à http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26502526
- Pagé, P. (2007). *Histoire de la radio au Québec : Information, éducation, culture*. Montréal: Fides.
- Parenteau, D., & Parenteau, I. (2008). *Les idéologies politiques : Le clivage gauche-droite*. Québec: Presses de l'Université du Québec.

- Payette, D. (2010). *L'information au Québec : Un intérêt public*. Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec. Repéré à <https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/media/rapport-Payette-2010.pdf>
- Payette, D. (2015). L'information à Québec : Un enjeu capital. Repéré à http://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/docs_pdf/articles/articles_profs/L_information_%C3%A0_Qu%C3%A9bec_FINAL.pdf
- Payette, D. (2019). *Les brutes et la punaise : Les radios-poubelles, la liberté d'expression et le commerce des injures*. Québec: Lux Éditeur.
- Perron, L.-S. (2018, 22 août). Les médias de Québecor poursuivent le Conseil de presse. *La Presse*. Repéré à <https://www.lapresse.ca/affaires/economie/medias-et-telecoms/201808/22/01-5193934-les-medias-de-quebecor-poursuivent-le-conseil-de-presse.php>
- Plamondon Lalancette, P. (2018, 17 septembre). Chicoutimi : La plus vieille forteresse péquiste menacée. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1124471/circonscription-chicoutimi-menace-parti-quebecois>
- Plouffe, M.-J., & Guillemette, F. (2000). La MTE en tant qu'apport au développement de la recherche en art. Dans Luckerhoff, J. et Guillemette, F. (Dir.), *Méthodologie de la théorisation enracinée : Fondements, procédures et usages* (p. 87-114). Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- Potvin, M. (2017). Discours racistes et propagande haineuse. Trois groupes populistes identitaires au Québec. *Diversité urbaine*, 17, 49-72. <https://doi.org/10.7202/1047977ar>
- Raboy, M. (2000). *Les médias québécois : Presse, radio, télévision, inforoute* (2e édition). Montréal: Gaëtan Morin Éditeur.
- Radio-Canada. (2018a, 14 septembre). Mme « pas tellement », surprise d'avoir volé la vedette. *Radio-Canada*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1124010/mme-pas-tellement-surprise-davoir-vole-la-vedette>
- Radio-Canada. (2018b, 5 octobre). Doug Ford et l'art de gouverner sans ménagement. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1127911/100-premiers-jours-ford-queens-park-ontario>

- Radio-Canada. (2018c, 23 novembre). Le PQ et QS obtiennent le statut de groupe parlementaire à l'Assemblée nationale. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1137584/entente-principe-statut-pq-parti-quebecois-qs-quebec-solidaire-groupe-parlementaire-assemblee-nationale>
- Radio-Canada. (2019). Boussole électorale Canada 2019. *ICI Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://boussole.radio-canada.ca/canada>
- Radio-Canada. (2018d). Élections Québec 2018. *Radio-Canada*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/elections-quebec-2018>
- Radio-Canada. (s.d.). Mandat. *Ici Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://cbc.radio-canada.ca/fr/ombudsman/mandat-ombuds>
- Rancourt, M.-L. (2016). *Archéologie de la radio comme dimension constitutive de l'espace public et culturel québécois Une contribution à la critique de la radio de Radio-Canada* (Mémoire de maîtrise). Université Laval, Québec.
- Rémillard, D. (2020). Fausses informations sur la COVID-19 : Québec abandonne sa publicité à Radio X. *ICI Radio-Canada.ca*. Repéré à <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1736745/publicite-choi-radiox-quebec-covid19-theories-complots>.
- Roy, M.-J. R. (2018, 4 octobre). QUB: la nouvelle ère de la radio. *Le Journal de Québec*. Repéré à <https://www.journaldemontreal.com/2018/10/04/la-nouvelle-radio-qub-est-lancee>
- Ruel, M. (2018, 1 mars). Sources d'information des Québécois : La télé toujours en tête. *Infopresse*. Repéré à <https://www.infopresse.com/article/2018/3/1/sources-d-information-des-quebecois-la-tele-toujours-en-tete>
- Saint Martin, D., & Crozat, S. (2007). Écouter, approfondir... Perspectives d'usage d'une radio interactive. *Distances et savoirs*, 5(2), 257-273. <https://doi.org/10.3166/ds.5.257-273>
- Saldana, J. (2009). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Thousand Oaks, Californie, États-Unis: SAGE.
- Samson, J.-J. (2015, 7 novembre). Un rapport pour la poubelle. *Le Journal de Montréal*. Repéré à <https://www.journaldemontreal.com/2015/11/07/un-rapport-pour-la-poubelle>

- Shiab, N. (2017, 15 septembre). Libre de dire n'importe quoi ? *L'actualité*. Repéré à <https://lactualite.com/societe/libre-de-dire-nimporte-quoi-2/>
- Société Radio-Canada. (n.d.). Normes et pratiques journalistiques (NPJ). Repéré à <https://cbc.radio-canada.ca/fr/vision/gouvernance/normes-et-pratiques-journalistiques>
- Soley, L. (2007). Sex and Shock Jocks : An Analysis of the Howard Stern and Bob & Tom Shows. *Journal of Promotion Management*, 13(1-2), 75-93. https://doi.org/10.1300/J057v13n01_06
- Turbide, O., Vincent, D., & Laforest, M. (2008). Les « X » à Québec : La construction discursive d'un groupe exclusif. *Recherches sociographiques*, 49(1), 87-112.
- Usito. (n.d.). Gauchiste. *Usito*. Repéré à <https://usito.usherbrooke.ca/définitions/gauchiste>
- Vallet, S. (2018, 5 octobre). Québecor lance QUB, sa radio numérique. *La Presse*. Repéré à <https://www.lapresse.ca/arts/medias/201810/04/01-5199127-quebecor-lance-qub-sa-radio-numerique.php>
- Villeneuve, C. (2004). Radio talk, talk radio, trash radio : Petite histoire d'un format radiophonique controversée. Dans Vincent, D. et Turbide, O. (Dir.), *Fréquences limites : La radio de confrontation au Québec*. Québec: Nota Bene.
- Vincent, D., Turbide, O., & Laforest, M. (2008). *La radio x, les médias et les citoyens*. Québec: Nota Bene.

ANNEXE I

Synthèse des thèmes discutés dans l'émission *Bouchard en parle*

Couverture journalistique des chefs	
Critiques des promesses des chefs	Les promesses de Massé et de Legault ne sont pas crédibles.
	Les promesses des chefs sont vagues et similaires, sauf pour leur vision de l'identité québécoise.
	La promesse du PQ de revoir la loi du plus bas soumissionnaire est intéressante.
	La proposition de Massé sur la Commission sur le racisme systémique est inutile.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	La carrière politique des chefs est en jeu.
	La campagne de Couillard est bonne. Son commentaire à propos de l'épicerie à 75 \$ n'est pas une preuve de son insensibilité envers les pauvres.
	Legault a rencontré plusieurs difficultés en lien avec l'immigration, entre autres.
	Lisée n'est pas reconnu à sa juste valeur.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Couillard doit se présenter comme le seul candidat capable d'être premier ministre. Il tente de faire peur à la population avec l'enjeu de l'immigration.
	Legault doit incarner le changement et être sincère. Ses aspirations politiques ne sont pas claires. Il ajuste son discours selon les régions où il va.
	Massé doit mieux expliquer son programme et demeurer sincère.
	Lisée doit parler avec son cœur et aller chercher des votes chez les autres partis. S'il attaque Massé dans le dernier débat, il renonce à être premier ministre.
	Les intervenants mettent en garde contre la stratégie des partis d'inonder les lignes radio lors des tribunes téléphoniques afin de favoriser les commentaires positifs de la part de leurs partisans.
Retour sur la performance des chefs dans les débats	Couillard aurait pu attaquer les autres chefs davantage, mais a bien paru dans les débats.
	Legault a fait plusieurs bons coups dans les débats et il a gagné le dernier.
	Lisée a été moins bon que les autres chefs et a fait plusieurs faux pas.
	Les performances de Massé étaient sincères, mais elle n'a pas assez pris sa place dans les débats.
Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard est généralement calme et doux, mais a paru fâché dans le dernier débat.
	Legault est agressif envers Couillard et manque d'empathie envers les immigrants.
	Lisée est souvent agressif dans les débats et manque de décorum.
	Massé est à l'aise, charismatique et sincère.
	Tous les chefs devraient être parfaitement bilingues.
Couverture journalistique des principaux partis	
Critique de l'orientation idéologique des partis	Les partis sont tous « gauchistes »
	Les intervenants ne s'entendent pas sur l'orientation idéologique de la CAQ.
	Le programme de QS se rapproche d'un régime communiste.
	La CAQ a présenté quelques mesures plus à droite intéressantes.
Couverture médiatique des enjeux de la campagne	
	Les immigrants acceptés au Québec doivent parler français, pouvoir travailler et respecter les valeurs québécoises.
	L'immigration est en enjeu important de la campagne.

Analyse de l'enjeu de l'immigration	La politique d'immigration de Legault n'est pas claire.
Analyse de l'enjeu du troisième lien	Le troisième lien est nécessaire pour la région de Québec. Les plans de la CAQ et du PLQ pour la construction du troisième lien ne sont pas clairs.
Analyse de l'enjeu du troisième lien	Le troisième lien est nécessaire pour la région de Québec. Les plans de la CAQ et du PLQ pour la construction du troisième lien ne sont pas clairs. La promesse de construire un troisième lien permet aux partis de récolter plus de votes dans la région de Québec. Les promesses de la CAQ sont « gauchistes » puisqu'elles s'appuient sur de grosses dépenses de la part du gouvernement.
Critiques de la place du gouvernement dans la société	L'État est omniprésent dans la vie des Québécois. Le rôle du gouvernement ne devrait pas être aussi important dans la société québécoise.
Critiques du système de santé	Il devrait y avoir plus de place pour le privé dans le domaine de la santé. Les médecins devraient être rémunérés selon leur mérite. La bureaucratie ralentit le système de santé. Le système de santé ne s'améliore pas malgré les nombreuses réformes.
Analyse de l'enjeu du port de signe religieux	La burqa devrait être interdite au Québec. Les immigrants acceptés au Québec doivent parler français, pouvoir travailler et respecter les valeurs québécoises.
Couverture journalistique des débats	
Réflexion sur la pertinence des débats	Les intervenants de l'émission ne s'entendent pas sur la pertinence d'un débat en anglais au Québec. Les débats ne permettent pas aux citoyens d'avoir une meilleure idée des programmes des partis. Les 20 premières minutes d'un débat sont les plus importantes.
Couverture journalistique des sondages	
Critique de la fiabilité des sondages	Le sondage CROP de la semaine du 17 septembre n'est pas fiable tant qu'un autre sondage ne confirme ses résultats.
Énumération des résultats des sondages pendant la campagne	Les intervenants énoncent systématiquement les différents classements des partis.

Couverture médiatique de la campagne	
Critiques du travail des modérateurs dans les débats	Les modératrices ont fait un très bon travail dans le débat en anglais.
	Pierre Bruneau était très subjectif dans son travail de modérateur lors du dernier débat.
Critiques sur le contenu de la couverture médiatique	Les médias sont biaisés positivement envers le PQ et négativement envers la CAQ.
	Les médias parlent trop des controverses sur les candidats, et pas assez des enjeux.
	Les médias nationaux ne parlent pas assez des enjeux régionaux dans la campagne.
	Les médias n'ont pas donné assez de place à l'enjeu de l'économie dans la campagne.

ANNEXE II

Synthèse des thèmes discutés dans l'émission *Gravel le matin*

Couverture médiatique des chefs	
Critiques des promesses des chefs	Les promesses des chefs sont abondantes et généreuses.
	Les promesses des chefs ne sont pas bien expliquées pendant les débats.
	Les promesses de QS et de la CAQ incarnent le changement.
	La CAQ tente de couper dans les services aux citoyens en proposant de supprimer des postes de la fonction publique.
	Les promesses de la CAQ sont trop ambitieuses.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	Couillard n'obtient pas un bon résultat en ce qui concerne sa popularité à la Boussole électorale.
	Legault semble apprécié par les citoyens, mais son après-débat en anglais ne se déroule pas bien.
	La moins bonne performance de Lisée dans le dernier débat a affecté sa campagne.
	La campagne de Massé se déroule très bien.
	Couillard a fait un faux pas avec son commentaire sur l'épicerie à 75 \$.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Couillard doit se préparer à être au centre des attaques du premier débat et doit aller chercher le vote francophone pour réussir à se faire élire.
	Legault a commencé la campagne en force, mais ses nombreux faux pas lui ont nui et il doit offrir une très bonne performance dans le dernier débat pour se rattraper.
	Lisée a beaucoup de pression et doit réussir à aller chercher des votes chez QS pour se faire élire.
	Massé doit défendre la crédibilité de son programme
	Les chefs doivent tenter de connecter avec leurs électeurs et être moins cacophoniques dans les débats.
	Tous les chefs tentent de faire paraître Legault désorganisé.
Retour sur la performance des chefs pendant les débats	Couillard n'a pas réussi à s'illustrer dans les débats.
	Legault s'est illustré lors du dernier débat.
	Lisée s'est bien sorti des deux premiers débats.
	Massé a offert de belles performances dans les débats malgré ses difficultés avec l'anglais.
	Les chefs étaient tous bien préparés lors des débats.
	Couillard est calme, mais est trop sur la défensive.

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Lisée semble avoir du plaisir dans la campagne, mais est parfois trop agressif.
	Massé a un ton doux et réconfortant. Elle a fait preuve de courage en participant au débat en anglais malgré ses difficultés à s'exprimer dans cette langue.
	Legault n'est pas toujours souriant. Sa compétence semble faire consensus dans les résultats de la Boussole électorale. Il n'a pas toujours été en mesure de bien répondre aux questions sur la plateforme concernant l'immigration.
Couverture journalistique des principaux partis	
Absence de confrontation idéologique entre les partis	Il y a moins de confrontation idéologique entre souverainistes et fédéralistes dans la campagne.
Couverture médiatique des enjeux de la campagne	
Analyse de l'enjeu de l'environnement	L'environnement est important et transversal.
	Les intervenants pensent que la CAQ et le PQ ne sont pas des partis pour qui l'environnement est au cœur des préoccupations.
	Les enjeux de mobilité au Québec sont importants pour la lutte contre les gaz à effet de serre.
	Les chefs ne s'engagent pas concrètement pour l'environnement.
Analyse de l'enjeu de l'économie	L'économie n'a pas été au cœur du premier débat.
	L'immigration est au cœur des préoccupations économiques.
	Il est nécessaire d'augmenter les redevances tirées des ressources naturelles.
	Les citoyens veulent moins payer d'impôt, mais avoir plus de services.
	Les réductions d'impôts ne profitent qu'aux gens plus fortunés.
	Tous les chefs s'entendent pour ajouter un point de taxation pour les municipalités.
Analyse de l'enjeu de l'immigration	Le programme de la CAQ à propos de l'immigration manque de clarté.
	La Meute a appuyé les promesses de Legault en matière d'immigration.
	La question de l'immigration a migré vers celle de la pénurie de main-d'œuvre dans la campagne.
Analyse de l'enjeu de l'amélioration du marché de l'emploi	Les solutions possibles à la pénurie de main-d'œuvre sont l'amélioration des conditions de travail, l'immigration et le retour des retraités sur le marché du travail.
	La hausse du salaire minimum à 15 \$ de l'heure serait bénéfique pour les conditions de vie des travailleurs.
Couverture journalistique des débats	
Réflexion sur la pertinence des débats	Les débats marquent un temps fort dans les campagnes.
	Les débats n'ont pas tous la même importance selon leur moment de diffusion.

	<p>Le plus important c'est le débat sur le débat.</p> <p>Le débat en anglais va permettre un rapprochement avec les communautés anglophones. Il a permis de voir si les chefs sont constants dans leurs propos.</p>
Couverture journalistique des sondages	
Critiques de la fiabilité des sondages	<p>Le sondage CROP de la semaine du 17 septembre n'est pas valide tant que les autres firmes n'ont pas confirmé la baisse de la CAQ dans les intentions de vote.</p>

ANNEXE III

Synthèse des thèmes discutés dans l'émission *Le Show du matin*

Couverture journalistique des chefs	
Critiques des promesses des chefs	Les annonces de nouvelles promesses sont trop nombreuses.
	Les promesses du PLQ à propos de la taxation des fournisseurs de biens étrangers ne sont pas cohérentes.
	Lisée propose de bonnes mesures pour lutter contre le décrochage.
	Les nouvelles idées de QS permettent de diversifier les débats.
	Les promesses de la CAQ n'apportent pas de réels changements et leur promesse sur les maternelles 4 ans ne devrait pas être aussi prioritaire.
	Les chefs ne proposent pas de grands projets de société.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	Couillard, Legault et Lisée jouent leur carrière politique dans la campagne.
	Les faux pas de Legault en immigration ont ajouté des difficultés dans sa campagne.
	La campagne de Lisée va bien, même s'il est le mal aimé de la campagne.
	Massé n'a rien à perdre dans la campagne, mais doit trouver une façon de mettre du pragmatisme dans son programme.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Couillard doit se présenter comme le seul apte à être premier ministre, et doit fait porter son discours sur autre chose que les 15 années libérales.
	Legault doit rester calme et faire attention à son ton de voix.
	Lisée doit parler avec son cœur et aller chercher des votes chez QS pour être élu. Le PQ a accepté de participer au débat en anglais dans l'espoir que la CAQ ne fasse pas de gain dans l'électorat anglophone.
	Couillard et Lisée sont des alliés objectifs dans la campagne.
	Le vote par anticipation est un outil stratégique pour les partis.
	Les partis essaient d'influencer les journalistes pour cadrer l'information à leur sujet.
Retour sur la performance des chefs pendant les débats	Couillard a souvent été la cible dans les débats.
	Legault n'a pas eu de si bons débats et est trop sur la défensive.
	Lisée a fait une bonne performance au débat en anglais.
	Massé n'a pas assez pris sa place et n'a pas eu de bons débats.
	Les chefs ont trop parlé de l'Ontario dans le premier débat.

Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard manque parfois d'émotion, mais a un côté humain.
	Legault paraît parfois arrogant et manque de connaissances sur le système d'immigration.
	Lisée paraît naturel et parle très bien en anglais.
	Massé est sincère.
	Les chefs s'interrompent souvent dans les débats.
Couverture journalistique des principaux partis	
Critique de l'orientation idéologique des partis	QS a une plateforme que l'on pourrait presque qualifier de communiste.
Critique sur les candidats des partis	Tous les candidats ont des choses de leur passé qu'ils préfèrent cacher.
Couverture journalistique des enjeux de la campagne	
Critiques de l'enjeu de l'environnement	Les mesures pour l'environnement n'ont pas d'impact réel.
	Il n'y a pas de débat en environnement.
	Les Québécois ne sont pas prêts à de réels changements.
Mise en garde contre l'omniprésence de la communication politique	Les gens de communication contrôlent les messages politiques.
Analyse de l'enjeu de la santé	La santé est l'enjeu le plus important dans la campagne.
	Les politiciens devraient donner plus d'amour aux CHSLD.
	La promesse de Lisée de s'assurer que tous les Québécois ont un médecin de famille est irréalisable.
Analyse de l'enjeu de l'économie	L'enjeu du salaire minimum est important dans la campagne.
	Les riches devraient payer plus d'impôts.
Analyse des enjeux régionaux	Les régions devraient avoir un meilleur service internet.
	Le transport interurbain au Québec ne permet pas de se déplacer de manière fluide entre les régions.
	Les chefs auraient dû parler du Plan Nord.

Couverture journalistique des débats	
Réflexions sur la pertinence des débats	Les débats ne permettent pas aux citoyens de mieux comprendre les plateformes des partis.
	Les 20 premières minutes des débats sont les plus importantes.
	Le débat en anglais n'a pas été pertinent dans la campagne.
Couverture journalistique des sondages	
Critiques de la fiabilité des sondages	Le sondage de la firme CROP de la semaine du 17 septembre est à prendre à la légère en attendant qu'un autre sondage confirme les résultats.
Énumération des résultats des sondages pendant la campagne	Les résultats des sondages ont systématiquement été énumérés dans l'émission.
Couverture médiatique de la campagne	
Critique sur le contenu de la couverture médiatique	Radio-Canada fait des reportages partisans sur certains candidats et essaie de coincer les chefs en invitant un citoyen avec un nom particulier à poser des questions dans le débat.
	Les journalistes orientent leurs questions vers des enjeux qu'ils jugent importants, plutôt que de poser des questions sur les enjeux importants pour la population.

ANNEXE IV

Synthèse des thèmes discutés dans l'émission *Que l'Estrie se lève*

Couverture journalistique des chefs	
Critiques des promesses des chefs	Les partis proposent des idées variées afin d'améliorer les services aux citoyens et différents enjeux importants.
	Les propositions de la CAQ en matière d'immigration ne sont pas claires.
Analyse du déroulement de la campagne des chefs	Les chefs jouent leur carrière politique.
	Massé n'a pas de chance de devenir première ministre contrairement aux autres chefs.
	Legault a eu quelques difficultés dans la campagne, notamment à cause de ses faux pas en matière d'immigration.
Explication et analyse des stratégies politiques des chefs	Lisée n'a pas choisi une stratégie gagnante lorsqu'il a attaqué Massé à propos de la gouvernance de QS.
	Couillard doit faire en sorte que la question principale le jour du vote ne soit pas celle du parti qui propose le plus de changements.
	QS aurait préféré que Gabriel Nadeau-Dubois soit son représentant dans le débat en anglais.
	Le travail des bénévoles est important pour le déroulement de la campagne des partis.
	La popularité des chefs qui détermine si leurs candidats se feront élire dans leurs circonscriptions respectives.
Retour sur la performance des chefs pendant les débats	Couillard s'est bien défendu contre les attaques de Legault, mais a eu de la difficulté à défendre le bilan de son parti.
	Le dernier débat de la campagne a été la meilleure performance de Legault en carrière.
	Lisée n'a pas bien paru dans le dernier débat.
	Massé a offert de bonnes performances dans tous les débats.
Critiques des aptitudes et des comportements des chefs	Couillard manque de compassion.
	Lisée est trop insistant.
	Massé est sympathique et semble crédible.
	Legault a beaucoup de difficulté en anglais, a de la difficulté à défendre son programme à propos de l'immigration et n'est pas capable d'incarner le changement.

Couverture journalistique des principaux partis	
Critiques sur les candidats des partis	Les candidats dépendent de la popularité de leur parti, indépendamment de la leur.
	Les candidats de la région de Sherbrooke sont tous très bons et maîtrisent leurs dossiers.
Couverture journalistique des enjeux de la campagne	
Analyse de l'importance de l'Estrée dans la campagne	La région de l'Estrée doit se positionner fermement sur la scène politique provinciale puisqu'elle pourrait influencer le résultat du vote.
Couverture journalistique des débats	
Réflexion sur la pertinence des débats	Les débats sont cacophoniques.
	Les débats n'ont pas tous la même importance selon leur date de diffusion.
	Le débat en anglais n'était pas vraiment destiné aux citoyens, mais plutôt aux chroniqueurs et journalistes.
Couverture journalistique des sondages	
Critique de la fiabilité des sondages	Les résultats du sondage de la firme CROP de la semaine du 17 septembre sont à prendre à la légère en attendant qu'un autre sondage les confirme.
Énumération des résultats des sondages pendant la campagne et prédiction	Les positions des partis sont systématiquement présentées lors de la publication d'un nouveau sondage.
	Un chroniqueur a prédit que le gouvernement élu allait être minoritaire et libéral.
Couverture médiatique de la campagne	
Critiques du travail des modérateurs dans les débats	Les modératrices du débat en anglais ont fait un bon travail.
	Les interventions de Pierre Bruneau n'étaient pas adéquates dans le dernier débat.
Critique sur le contenu de la couverture médiatique	Les médias scrutent trop le passé des candidats des partis.